

54.780 Woorden over Nieuwe Media Cultuur in Nederland

Een publicatie van het Instituut voor Netwerkcultuur en het Sandberg Instituut

Inleiding Nieuwe Media in NL

Oude en nieuwe media spelen een steeds grotere rol in onze huidige postindustriële samenleving. Televisie en mobiele telefonie zijn diep doorgedrongen in het dagelijkse leven van veel mensen. Communicatie is door de komst van internet ingrijpend veranderd. We wachten niet meer af, maar gaan zelf op zoek. Beginnen zelf deel uit te maken van de media. Of worden daartoe gedwongen. Dat heeft gevolgen voor het medialandschap. Ook in Nederland. Begrippen als web 2.0, burgerjournalistiek en muziek 2.0 beheersen de discussies over de media. De hoogste tijd dus om de Nederlandse stand van zaken te onderwerpen aan een kritische blik.

Auteur: Marieke Kruithof

Hoewel Nederland een rijke traditie heeft in nieuwe media, is het aantal Nederlandse publicaties over de Nederlandse mediacultuur op de vingers van één hand te tellen. Gewoontegetrouw zijn we gewend om eerst onze blik op het buitenland te richten om te kijken wat daar wordt gezegd en geschreven. In deze publicatie wordt gebroken met de oer-Hollandse gewoonte om direct buitenlandse experts aan het woord te laten.

We hebben twintig mediatheoretici, wetenschappers en publicisten gevraagd om vanuit hun eigen discipline te beschrijven wat er in Nederland zoal gebeurt op het gebied van nieuwe media. Het resultaat is een lappendeken van bijdragen waarin wordt geput uit praktijk én theorie. Vanuit uiteenlopende invalshoeken en vakgebieden zoals literatuur, architectuur, beeldende kunst en sociologie belichten de auteurs verschillende onderwerpen: de relatie tussen journalistiek en weblogs, de culturele betekenis van nieuwe media voor de verschillende kunstdisciplines, de invloed van games op onze werkelijkheid, open source en RFID in Nederland. Actuele ontwikkelingen worden door de perspectieven van de auteurs van een politiek-maatschappelijke, technologische en kunsthistorische context voorzien.

Allesomvattend zijn we niet. Dat is ook niet onze bedoeling. De krant wil in eerste plaats een kritische en realistische blik werpen op het Nederlandse landschap van nieuwe media. Tevens hopen we met deze krant een bijdrage te kunnen leveren aan de theorievorming rond nieuwe media in eigen land.

Inhoud

Bevrijding uit de 100 jaar eenzaamheid van de 20^e eeuwse kunst

“Alleen met ons lichaam zijn we in staat elkaars onmacht te delen”, schrijft essayist Arjen Mulder in zijn sprekende inleiding tot de interactieve kunst. Hij leidt de lezer langs een vernipte Möbiusstrip ... Pag. 3

Auteur: [Arjen Mulder](#)

Wie een game begrijpt, begrijpt de tijdsgeest

Games maken en daar ook nog voor betaald krijgen... Het klinkt velen als een droom in de oren. Welke opleiding moet je volgen om gamedesigner te worden? Wat moet een goede gamemaker kunnen? ... Pag. 6

Auteur: [Joris Dormans](#)

Bloggend bouwen

Dankzij internet en betaalbare technologie kan iedereen tegenwoordig een film maken en journalist zijn. Waarom ook niet je eigen huis ontwerpen op internet? Webfilosoof Geert Lovink vindt het geen gek idee. ... Pag. 9

Auteur: [Geert Lovink](#)

Three strikes, you’re out!

De virtuele wereld van de videogames speelt door in de werkelijkheid van alle dag. Daardoor verandert de rechtspraktijk en de kijk op fundamentele mensenrechten, ... Pag. 11

Auteur: [Alex de Jong en Marc Schuilenburg](#)

Buffelen in de Nieuwe Media in Amsterdam

Mensen die in de nieuwe media werken, hopen vaak dat de volgende grote webdoorbraak op hun naam komt te staan. Ze behoren tot de ‘creatieve klasse’ en worden geacht de Amsterdamse binnenstad op te ... Pag. 15

Auteur: [Daniëlle van Diemen](#)

Iedereen publicist! Dag journalist?

‘You’. Het weekblad Time verklaarde u tot ‘Person of the Year 2006’. Omdat we met ons allen zo invloedrijk zijn op internet. De macht van de pen is aan het volk. Kan de journalist het schudden? Peter Olsthoorn ... Pag. 17

Auteur: [Peter Olsthoorn](#)

iPod, YouTube en wij consumeren

Muzikanten hebben op internet een hele nieuwe manier gevonden om met hun fans te communiceren. Hypes verspreiden zich sneller dan het licht. En jongeren, steeds opzoek naar nieuwe iconen om hun ... Pag. 21

Auteur: [Peter Bruyn](#)

De buigzaamheid van het internet

Onze beleving van de wereld is veranderd sinds de komst van het internet. Publicist Josephine Bosma schetst hoe kunstenaars in Nederland op de nieuwe verbondenheid reflecteren. De grenzen tussen ... Pag. 23

Auteur: [Josephine Bosma](#)

Internet als wild west voor filmmakers

Internet stimuleert een nieuwe vorm van creativiteit. Creatievelingen, en vooral jonge creatievelingen, borduren voort op elkaars werk. Wat kan het web voor de filmmaker-in-spe betekenen? Een praktische verkenning. Pag. 24

Auteur: [Femke Slegers](#)

Radicaal denken in de catacomben van de interaciviteit

Paul Bellow over Picasso: ‘Dat absurde beeld, met zijn takken en bladeren van metaal – geen vleugels, geen overwinning, slechts een teken, een overblijfsel - het idee van een kunstwerk, niets meer. ... Pag. 27

Auteur: [Wim Nijenhuis](#)

Als de producten tot je spreken...

Op het moment dat je een bos plant, is natuur cultuur geworden. En op het moment dat je wekkerradio uit eigen beweging met je Senseo communiceert, is cultuur natuur geworden. Nieuwe technologie gaat ... Pag. 30

Auteur: [Koert van Mensvoort](#)

Onzekerheid distribueren, een politiek design principe

In alle lagen van bestuurlijke niveau’s van publieke instellingen vinden we disciplinerende maatregelen. De normen en waarden discussie lijkt nu ook te zijn doorgedrongen tot het vormgeven van de.. Pag. 33

Auteur: [Rob van Kranenburg](#)

Online-discussies over huwelijk, seksualiteit en islam

Wat hebben jonge moslima’s in Nederland over hun leven te zeggen? Niks, zou je bijna denken als je de media moest geloven. Ze moeten een sluier dragen en maagd blijven totdat ze trouwen met de man ... Pag. 35

Auteur: [Lenie Brouwer](#)

Through the looking glass into the club scene

Als je een danceclub binnengaat, stap je net als Alice in Wonderland door de spiegel en kom je in een andere, wonderlijke wereld terecht. Annet Dekker heeft de VJ-cultuur in Nederland in kaart gebracht. ... Pag. 39

Auteur: [Annet Dekker](#)

Open source uit de Hollandse klei

Stel dat Coca Cola op haar website schrijft: dit zijn de ingrediënten, dit is het recept. Doe er mee wat u wilt; enjoy. Dat zou nog eens open source zijn. Open source is een filosofie, een beweging, ... Pag. 41

Auteur: [Eric Kluitenberg](#)

Iedereen kan schrijven

Hoe komt het toch dat Nederland ten opzichte van landen als Engeland, Duitsland, Frankrijk en de VS geen echte traditie heeft in het schrijven over popcultuur? En waarom hebben de popjournalistieke ... Pag. 45

Auteur: [Theo Ploeg](#)

De cache van een dagje winkelen

Wat is de overeenkomst tussen een kind in Legoland, de OV-chipkaart, een rashond, een Alzheimerpatiënt op een zorgboerderij, een koffer op Schiphol en de verswaren van C1000? Ze zijn allemaal gelabeld ... Pag. 47

Auteur: [Richard de Boer](#)

Het alledaagse wint van het wilde experiment

Verhalen werden er natuurlijk altijd al verteld, maar de literatuur werd pas geboren na de uitvinding van de boekkunst. Toen internet in 1994 voor het grote publiek beschikbaar werd, had men soortgelijke ... Pag. 51

Auteur: [Arie Altena](#)

Algoritmes als airbrush

In een wereld waarin alles draait om controle, besluit ontwerper Luna Maurer om de controle uit handen te geven. Haar ontwerpen worden mede bepaald door externe factoren. Over de magie van het ... Pag. 52

Auteur: [Luna Maurer](#)

Bevrijding uit de 100 jaar eenzaamheid van de 20^e eeuwse kunst

“Alleen met ons lichaam zijn we in staat elkaars onmacht te delen”, schrijft essayist Arjen Mulder in zijn sprekende inleiding tot de interactieve kunst. Hij leidt de lezer langs een verknipte Möbiusstrip en een slinkende hoop snoepjes naar kunstwerken waarin nieuwe media een grote plek krijgen; robotten die reageren op hersengolven en een stadstoren die de emoties van de inwoners van Doetinchem reflecteert. Verander het kunstwerk en laat het kunstwerk jou veranderen.

Auteur: Arjen Mulder

Interactieve kunst is kunst die pas kunst wordt als de bezoeker er iets aan verandert. Deze kunstvorm is, voor zover ik kan overzien, uitgevonden door de Braziliaanse kunstenares Lygia Clark (1920-1988). In 1963 maakte ze kunstwerken die ze Caminhando noemde - ‚al wandelend‘. Een voorbeeld is O dentro e o fora (Het binnen is het buiten). Dit werk bestaat uit een papieren Möbiusstrip: een strook waarvan de uiteinden omgekeerd op elkaar zijn geplakt, waardoor er een lus ontstaat waarvan de binnenkant vloeiend overgaat in de buitenkant en terug. In een museale setting bood Clark zo’n strip plus schaar aan de bezoekers aan. Je diende dan met de schaar in je Möbiusstrip te prikken en deze in de lengte te gaan knippen, zolang je maar kon. Het eindpunt was bereikt als het stukknippen van de strip de enig resterende optie was (al kun je de lus nog een tijd heel laten door het beginpunt van je knipactie terug te zoeken en de andere kant op te knippen - dan kom je weer een heel eind).

Keuzes in het leven

Het werk van Clark is thuis eenvoudig na te maken en na te doen, bijvoorbeeld met krantenpapier. Het effect is verbijsterend. Terwijl je in een klein kringetje blijft doorknippen - de papierstrook waarin je nog kunt knippen wordt snel smaller, maar blijft verrassend lang knipbaar - komt er een steeds grotere buitenlus aan te bungelen. Het lijkt al snel of er meters over de grond dwarrelen. Je ziet dat de hangende lus op veel plekken een stuk breder is dan de resterende Möbiusstrip waarin je aan het knippen bent. Die brede stukken dienen zich aan als onbenutte kansen, kansen die niet meer terugkomen en waar je niets meer aan kunt doen. En dan krijg je een inzicht: zo is het leven. Je ploegt steeds maar rond in een kleine cirkel, van binnen naar buiten en buiten naar binnen. En alle keuzes die je gemaakt hebt, sleep je in een steeds langer wordend tijdslint achter je aan. Je kunt niet terug, alleen maar verder. Totdat je uiteindelijk de Möbiusstrip alleen nog stuk kunt knippen (dood gaat). Deze beschrijving schiet ernstig tekort. O dentro e o fora heeft de noodlottigheid van een Griekse tragedie en de helderheid van een psychoanalytische doorbraak.

Onuitwisbaar

De papieren Möbiusstrip heeft op zich geen artistieke waarde. Dat is een essentieel gegeven. Als object is interactieve kunst niets. Als je er alleen naar kijkt, zoals je bij beeldende kunst gewend bent, valt het zwaar tegen. Maar als handeling is het alles. Dan laat het je weten wat je alleen kunt begrijpen door zelf te doen. Het object van interactieve kunst moet waardeloos zijn, want het wordt pas waardevol als de bezoeker het verandert. Dan daagt langzaam maar onvermijdelijk het bewustzijn van wat de kunstenaar je wilt

leren: het geeft niet dat het object als eindresultaat van je ingreep verwoest is, want op dat moment heeft het al een onuitwisbare betekenis gekregen.

Snoepberg

Een ander voorbeeld van een niet-elektronisch interactief werk. Een berg snoep op de grond in de hoek van een zaal. Meer is het niet. Of je moest de suppoost tot het kunstwerk rekenen, want zijn uitleg is onlosmakelijk verbonden met het effect dat het werk op je zal hebben. De suppoost zegt dat je gerust een snoepje van de hoop mag pakken en opeten. De kunstenaar vraagt je dat te doen. De heuvel van snoepjes - ovalen met een gekleurd papiertje - is behoorlijk groot, weegt 79,5 kilo om precies te zijn. Dat gewicht is voorgeschreven door de kunstenaar, Felix Gonzales-Torres (1957-1996), vertelt de suppoost. Het is het gewicht van het lichaam van zijn geliefde op het moment dat deze aan aids overleed. En dan pak je een snoepje.

En er verandert iets fundamenteel in je. De snoephoop blijft niet hetzelfde door de ingreep van de bezoeker: er is een snoepje minder, de berg verzakt een beetje, je ziet dat er iets mee gebeurd is. Maar veel meer gebeurt er in jou als bezoeker. Jij hebt je bereid verklaard de herinnering aan een aids-slachtoffer in je eigen lichaam op te slaan, er de drager van te worden. Je deelt fysiek in de liefde van de kunstenaar voor zijn gestorven vriend. En dan is er de associatie met hosties, avondmaalsbrood, neem, eet, dit is mijn lichaam. Pak een snoepje en je wordt een gelovige - gelovend in de transsubstantiatie van de kunst. Gonzalez-Torres‘ ‚candy spill works‘, waarvan „Untitled“ (Portrait of Ross in L.A.) (1991) er één is, worden ook wel ‚ephemeral art‘ genoemd, kortstondige kunst, kunst die voorbij wil gaan, die de duurzaamheid afwijst. De reden hiervoor is niet destructief, maar komt voort uit respect, piëteit. Met de slinkende snoephoop wil Gonzalez-Torres de vergankelijkheid van zijn overleden geliefde niet overtroeven, hij wil die juist koesteren in de vergankelijkheid van zijn werk. Dit werk levert zijn stabiliteit in, maar ten gunste van een levende herinnering aan iemand die voorgoed verloren is. Het leven van de overledene gebeurt voortaan in ons, de deelnemers aan het kunstwerk worden daarmee deelnemers aan de herinnering. Herinneren doe je met je lichaam, net als liefhebben. Het wordt in efemere kunst niet toevertrouwd aan externe geheugens zoals foto’s, afbeeldingen, memorabilia. Alleen het vlees is sterfelijk. Alleen met ons lichaam zijn we in staat elkaars onmacht te delen.

Extreem direct

Het efemere werk van Lygia Clark is niet primair gericht op herinneren en rouw, eerder op verlangen, kiezen, zelfervaring, inzicht - op de tijdgebondenheid en tijdelijkheid van alles wat je doet. Haar werk is bereid zichzelf op te offeren om jou te verrijken. Het is niet religieus van aard, eerder therapeutisch. Na Caminando werd Clarks interactieve werk steeds complexer - bedoeld voor twee, vier en later nog meer personen. Lygia Clark gaf de ruimte voor reflectie op die het verknippen van een papierstrook bood en koos voor extreem directe ontmoetingen tussen bezoekers onderling, met haar kunstwerken als bemiddelaar. Ze noemde haar werk ook geen kunst meer, maar ‚propositions‘, ‚voorstellen‘. Wat Clark voorstelt is dat je je ‚zelf‘ ontdekt en wordt. Dat wil zeg-

gen dat je je gevoelens, je woordloos scheppende gevoelswereld herstelt die al vanaf het moment van je geboorte is ingeperkt tot een ‚identiteit‘. Die weer is afgegrensd van een ‚kunstwereld‘ waarin het scheppend vermogen wordt voorgesteld als iets waar alleen benadigde kunstenaars over beschikken. Jij, alleen maar bezoeker, wordt niet in staat geacht kunst te kunnen voortbrengen. Maar dat is precies wat Clark je laat doen.

Bevrijding

De interactiviteit van Clark en Gonzalez-Torres is gericht op het opnieuw laten samenvallen van kunst en leven, op het herstel van het volledig leven, de ‚empty-full‘ zoals Lygia Clark het noemde. Dat ervaar je in contact met een op zich waardeloos object dat je een moment bezorgt waarop alles wat je meende te weten wegvalt. En tegelijk alles wat je nog niet wist opeens verschijnt, en je openlegt, herrangschikt, op weg helpt, laat stromen en splitsen. Dat moment van bevrijding is wat er kunst is aan interactieve kunst. Interactieve kunst bestaat niet uit eindproducten met het vermogen hun beschouwer te beïnvloeden, zoals een goed schilderij of standbeeld. Interactieve kunst wil het proces van wederzijdse verandering van maker en kunstwerk waarin schilderij en standbeeld ontstaan, verlengen, maar ditmaal met de bezoeker in plaats van de kunstenaar. Interactieve kunst weigert de geforceerde splitsing te bekrachtigen tussen enerzijds een kunstwereld waarin echte kunstenaars productief zijn en anderzijds een buitenwereld waarin gewone mensen kunst consumeren. De bezoeker zet het creatieve proces voort, ervaart het aan den lijve. Een interactief kunstwerk wordt niet door de bezoeker voltooid, zoals vaak beweerd is. Het is nooit af, het kan altijd opnieuw beginnen en dan tot heel andere resultaten leiden. Maar ook interactieve kunst kan uitgewerkt raken en niet langer tot daden aanzetten, net als ‘stabiele’ kunst.

Een daad, beslissing, een keuze

„Untitled“ (Portrait of Ross in L.A.) is als hoop snoep nogal nietszeggend, totdat het als proces wordt herkend en voortgezet. Dan draagt het werk geen betekenis meer over aan de bezoeker, maar materie - materie die symbool staat voor Ross‘ lichaam. Deze symbolische lading maakt het werk van Gonzalez-Torres museaal acceptabel. Kunst wordt geacht uit symbolen te bestaan die naar iets anders verwijzen dan zichzelf, naar het uiterlijk van een mens bijvoorbeeld, of naar een landschap, een mooie dag, een beweging van een lichaam, een eigen plek, een gemoedstoestand. Desnoods verwijst kunst naar de kunst als zodanig. Het verschil met niet-interactieve kunst is dat de berg snoep van Gonzalez-Torres niet om reflectie vraagt op het gesymboliseerde of op het symboliseren als zodanig. Het vraagt om een daad, een beslissing, een keuze. Het interactieve kunstobject wil het lichaam van de bezoeker niet symbolisch beïnvloeden, als bewustwording of herinnering, maar fysiek. Het opgesabbelde snoepje dringt letterlijk door tot in alle cellen van het lichaam van de bezoeker. Lygia Clark streefde iets dergelijks na. Over haar ‚voorstellen‘ zei ze in 1969: “Wat ik communiceer is zo’n biologische, cellulaire ervaring, dat het ook alleen maar communiceerbaar is op een organische en cellulaire manier.”

Ik voel hem in me

De betekenis van ieder kunstwerk is de verandering die de toeschouwer doormaakt bij het bekijken en overdenken van een werk. Betekenis is niet iets wat semiotisch vastligt in een kunstwerk, wat je er zagezegd in kunt aanwijzen. Kun je dat wel, dan heeft het zijn levende inhoud verloren. Betekenis is evenmin de uitkomst van de interpretaties van de kritiek als vertolker van de tijdgeest - ‚elke generatie zijn eigen Rembrandt‘. Betekenis is datgene wat een tijdlang tot leven komt in de wisselwerking tussen kunstwerk en bezoeker. Daarom wordt ook traditionele kunst wel interactief genoemd, want – zo redeneert men - er gebeurt toch iets tussen kunstwerk en bezoeker? Dit is echter onterecht, want het werk blijft materieel en energetisch hetzelfde, wat voor verschillende betekenissen mensen er ook in zien. De levende betekenis - de vivências zoals Lygia Clark het noemde, de geleefde ervaring - is aan de kant van de bezoeker te vinden, en alleen daar.

Bij interactieve kunst wordt het proces van betekenisvorming letterlijk genomen. De uitleg waarom de berg snoep 79,5 kilo moet wegen is nog symbolisch weten - totdat de beschouwer deelnemer wordt aan het werk, de reflectie loslaat, een snoepje in de mond laat smelten. Dan laat je jezelf transformeren tot Ross‘ graf - of nee, tot garantie van diens voortbestaan. Nadenken, voelen is niet genoeg. De enige manier om deze ervaring te hebben is jezelf erdoor te laten metamorfosen. Waarom doet de kunstenaar dit? Hij maakt het meest intieme, zijn lichamelijke liefde, publiek, en wel zo dat het publiek een ongehoord intieme ervaring opdoet. “Ik voel hem in me.” De kunstenaar doet dat om niet alleen te zijn, lijkt me, omdat hij niet alleen is. Hij verbindt iedereen aan de crux van zijn leven, die weg is. Dood.

Onuitsprekelijke lagen

Wij mensen zitten vol ervaringen en gevoelens die zich niet of niet volledig laten vertalen in taal. Om ze te begrijpen hebben we kunst. Alle beeldende, uitvoerende en literaire kunst bevat andere inzichten dan louter met logisch redeneren zijn uit te drukken. Dat geldt onverminderd voor de technische kunst met met camera’s, computers, sensoren en andere apparaten worden gemaakt. Wat kunst overdraagt is ‚presentationele kennis‘. Presentationele kennis kan niet in begrippen worden gevangen omdat ze te nieuw en onbekend is, te intuïtief nog, te gevoelsmatig, te lichamenlijk. Daarom wordt deze kennis aangeduid met beelden of opgeroepen met handelingen. Zo toont ze zich. Over wat er goed is aan een kunstwerk valt geen zinnig woord te zeggen - wat geen reden is dat niet te proberen, want verbijsterend veel aan kunst kan wel worden verwoerd. Al verwoordend kom je de onuitsprekelijke lagen in een werk op het spoor. Kunst ‚werkt‘ zolang er presentationele kennis in blijft worden herkend.

Licht bedienen met hersengolven

Wat is er presentationeel aan interactieve kunst? Over die vraag gaat Terrain (1994) van Ulrike Gabriel. Het werk ziet eruit als een elektronische installatie. De bezoeker moet op een stoel gaan zitten en via een hoofdband de alfavolgen in zijn hersenen laten registreren. Hoe meer je denkt en voelt

des te meer alfavolgen je hersenen vertonen - zoals te zien op de monitor naast de bezoekersstoel. Voor je op de grond ligt een grote, ronde, metalen plaat met daarop zo’n dertig robotjes met de vorm van een pissebed (een centimeter of twintig lang). Op hun rug zijn zonnecellen geplaatst en eronder zitten vier wieltjes waarmee ze zich in alle richtingen vrij kunnen bewegen. Een eind boven de plaat met de robots hangt een batterij sterke lampen. Als deze aangaan en een patroon van licht-vlekken op de plaat werpen, komen de robots in beweging en rijden als vanzelf naar de hoogste lichtintensiteit toe. Doven de lampen, dan staan ze snel weer stil bij gebrek aan energie. De interactie in het werk bestaat er uit dat de bezoeker-met-hoofdband de lampen kan bedienen met zijn hersenactiviteit, of liever gezegd met zijn hersen-inactiviteit. Als er alfavolgen worden geregistreerd, dooft het licht. Is er geen hersenactiviteit, dan gaan de lichten aan. De hoeveelheid licht die de lampen werpen is omgekeerd evenredig met de hoeveelheid hersengolven die de bezoeker op de monitor tevoorschijn laat komen. Als je als bezoeker reageert of reflecteert op wat de robots doen - en zodra de lampen aangaan vertonen die interessant kuddedgedrag rond de felst verlichte plekken - dan dooft het licht en vallen de robots stil. Doe je je ogen dicht en denk je nergens meer aan, dan gaan de lampen fel schijnen en zetten de pissebedden zich in beweging. Alleen het niet-participerende publiek kan het gedrag van de robots bekijken.

In Terrain beheerst het niet-denken, het niet-reageren op een samenleving van robots. In hun wereld is er een god. Maar die god is een mens die alleen kan heersen via gedrag dat hij niet onder controle heeft: het doen en laten van zijn hersenen. De robotwereld wordt bestuurd door een onmachtige god. De activiteit van de bezoeker die nodig is om een interactief object in werking te zetten en er kunst van te maken, bestaat uit haar tegendeel: non-activiteit. En de bezoeker werkt niet rechtstreeks in op de robotwereld, maar via een elektronische omweg: alfavolfmeter, kabels, verlichting. Precies datgene waarom het gaat in interactieve kunst, de aanraking tussen bezoeker en kunstwerk, wordt de bezoeker onthouden.

Terrain maakt duidelijk dat de onmogelijkheid van reflectie een noodzakelijke voorwaarde is voor de interactie met interactieve kunst. Maar het kunstwerk thematiseert tegelijk de afstand die in deze kunstvorm overwonnen moet worden om te interacteren - juist doordat je in dit werk de kunst niet kunt aanraken. Wat zit je in godsnaam te doen in je bezoekersstoel?

Vertrouwen

Vraag: als je besluit iets te ondernemen, iets in je omgeving te veranderen - wat of waar dan ook -, wat besluit dat dan in je? Je hersenen, zenuwen en spieren, zou je mogen aannemen. Maar hoe weet je wat je je spieren moet laten doen? Hoe lukt het je om je zenuwen je spieren te laten activeren? Hoe lukt het je om je hersenen iets te laten besluiten? In ons zit een leeg en ontoegankelijk centrum waar heel ons handelen uit voortkomt. Het enige wat nodig is om dat onbeheersbare centrum aan het werk te krijgen, is vertrouwen. Je dient erop te vertrouwen dat in de stilte en leegte in je hoofd de juiste schakels worden gelegd om je lichaam en je omgeving in beweging te zetten. Dat leert Terrain. Vertrouwen is presentationeel. Het terrein waarnaar de titel van dit

werk verwijst is het domein van de onmacht, de machteloosheid die het proces van de wereld de vrijheid geeft zichzelf een vorm te geven. De robots gaan rijden. Let wel: wat er tussen mens en machine wordt uitgewisseld, heeft ook Ulrike Gabriel als maakster van dit werk niet vooraf kunnen plannen of sturen, het is principieel onvoorspelbaar, het valt binnen het geestelijk domein waaruit nog geen alfavolf naar buiten komt. De kunstenares deelt de machteloosheid van haar machines en haar publiek, en is hun gelijkwaardige. Interactieve kunst is machtsvrije kunst, ze schort de macht een tijdlang op. Ze laat weten dat dat mogelijk is.

Gedachteloosheid

Het kunstwerk in Terrain is niet de opstelling van een ijzeren plaat met robots, bovenverlichting, snoeren naar de elektronische installatie die hersenactiviteit vertaalt in stroomsterkte, alfavolfmeter, hoofdband, stoel en bezoeker. De stellage op zich is geen kunst, net zo min als de Möbiusstrip van Lygia Clark of de snoepjes van Gonzalez-Torres. Het kunstwerk is de handeling die door de installatie wordt opgeroepen en de daaruit resulterende interactie tussen het werk en de deelnemer, die beide veranderen door de interactie. Alleen als je alle argwaan en elk enthousiasme gedooft hebt en je als gelijke verbindt met een apparaat, een machine, zet de technische wereld zich in beweging. De motor van de geschiedenis is het gedachteloze vertrouwen waarmee mensen keer op keer een nieuw apparaat ontwikkelen, dat dan prompt de gedachten op hol laat slaan en daardoor zelf tot stilstand komt in zijn ontwikkeling. Totdat iemand weer iets nieuws ‚ontdenkt‘. Deze onthulling van de menselijke gedachteloosheid als voorwaarde voor technische vooruitgang is zowel ironisch als kritisch.

Geluidsbeestjes

Gabriels Terrain is, net als Clarks Caminando en Gonzalez-Torres‘ „Untitled“ interactieve kunst voor één persoon en een ‚object‘. Deze één-op-één relatie is geen definiërende eigenschap van interactieve kunst, het is er een verschijningsvorm van. Hetzelfde kritisch-ironische idee om de techniek te laten activeren door menselijke passiviteit vinden we in een interactief werk voor een groep, Geluidsbeestjes (1983) van Felix Hess. In een lege zaal hangt een verzameling kleine elektronische apparaatjes aan het plafond. Bij binnenkomst doen die niets, al word je door eventuele aanwezigeng gemaand zo stil mogelijk te zijn.

Je blijft wachten, bewegingloos zittend of staand. En wie weet doen ze het dan, gaan ze kwaken, steeds meer, eerst een paar ver van je af, maar dan komt het gekwaak van steeds dichterbij. Het geluid creëert ruimte - totdat er iemand kucht of rumoerig naar binnen wandelt.

Wat bij je eerste binnenkomst als stilte ervoer, is zwijgen geworden. De stille zaal is geactiveerd, geladen met mogelijkheid: van klanken die ontstaan als er in de zaal niets gebeurt. De geluiden komen voort uit techniek, maar alleen als iedereen volkomen gedachteloos is geworden, puur geconcentreerde aandacht. Dan antwoordt de techniek en hoor je muziek ontstaan waarin het gaat om de fysieke afstand tussen tonen, die een samenhang ontwikkelen die door de luisteraar wordt ervaren als klinkende ruimte. Dat is een presentationeel proces, want taal is tijd en

de ruimtelijke ervaring ligt buiten het linguïstisch domein. De verschijning van de ruimte is evenmin te beheersen, noch door de bezoeker, noch door de kunstenaar. Hess heeft het vooraf bedacht en gebouwd, daarna was het alleen nog te bespelen door anderen. Geef de techniek een mogelijkheid en ze realiseert die.

Sociaal

De bezoekers van Geluidsbeestjes hebben een puur fysieke en in die zin presentationele ruimte-ervaring, net zoals de interacterende bezoeker in Terrain een principieel woordeloze ervaring heeft. De toeschouwers in de kring rond de interactieve installatie in actie ervaren iets anders. Het toekijkende publiek ziet robots en hun verrassende groepsgedrag, of het spel tussen de installatie en de dappere bezoeker die op de interactiestoel voor hen zit te zweten. Het publiek vormt rond het artistieke systeem van de mens-machine-interactie een volgend systeem, sociaal ditmaal. Het publiek is wel in staat tot reflectie op de werking en de uitkomsten van de interactiviteit in de kunstinstallatie. De kennis die door de interactoren in een interactieve kunstopstelling wordt opgedaan is presentationeel, een ervaring die alleen op deze ene concrete manier kan worden opgedaan en niet veralgemeniseerd of geabstraheerd. Het toekijkende publiek heeft wel kritische distantie en daarmee de mogelijkheid om te beschouwen op de interactieve kunst-in-actie.

Amsterdam in GPS

In Amsterdam REALTIME (2002) van Esther Polak en Jeroen Kee is de afstand tussen technisch apparaat en menselijke deelnemer in interactie maximaal opgerekt. Amsterdam REALTIME is Terrain, maar dan op de schaal van een stad, de robots zijn vervangen door mensen. Een groep vrijwilligers die verspreid over de stad woont, krijgt een week lang een global positioning system (GPS) met zender mee. De gegevens van het GPS worden om de zoveel seconden aan een centrale computer doorgegeven. Deze computer laat die gegevens als lichtpuntjes op een donker scherm verschijnen. Als de persoon zich door de stad verplaatst en zijn GPS daarom telkens een volgend puntje laat oplichten, ziet de bezoeker lichtstrepen op het scherm ontstaan met de vorm van de straten van de stad. Doordat de computer elk opgelicht punt langere tijd laat branden, wordt op het scherm langzaam maar zeker de stadsplattegrond getekend, de orde in de duistere wereld zichtbaar gemaakt.

Je kunt ook dit weer kritisch interpreteren. We hebben de vrijheid overal heen te gaan, maar volgen desondanks altijd externe commando’s (ditmaal geen hersenloze energietoevoer maar een abstract stratenplan). Daardoor ontstaat de sociale cohesie, een levende orde, de orde die wij leven. De vrijwilligers met GPS-uitrusting zijn evenzeer als de robots in Terrain onze vertegenwoordigers, onze afgevaardigden. Wij zien, van buitenaf kijkend naar hoe zij telkens weer anders interacteren met het technische centrum en elkaar, een voor hen onzichtbaar patroon op het scherm verschijnen. Wij zien de levende cartografie van de stad, een geleefd stratenplan verschijnen. Bedenk dat in Amsterdam REALTIME alle niet door de deelnemers gebruikte wegen en paden zwart blijven op het scherm: er zijn no-go area’s waaruit het leven verdwenen is, waar niets gebeurt. Wij weten dat, de GPS-deelnemers niet, zij komen daar gewoon nooit. Het publiek

ontbeert de presentationele interactie van de menselijke interactoren (hun besef deel te zijn van een proces dat groter is dan zichzelf), maar het doet in plaats daarvan beschouwende kennis op over hoe de bevolking een stad gebruikt.

Spelen met schaduwen

Is het mogelijk het publiek, de buitenkring, in te voegen in de interactie die wordt opgeroepen tussen een technisch centrum (een stevige computer meestal) en een groep mensen die met de geboden technische middelen en mogelijkheden wil experimenteren en communiceren? Anders gezegd: hoe kun je het interactieve kunstwerk zo open maken dat de grens tussen de binnenkring van interacterende deelnemers en de buitenkring van passieve waarnemers verdwijnt, en men als vanzelf binnenstapt en meedoet? Hoe kun je de beschouwende buitenstaanders de grens van de presentationele kennisproductie of -verwerving over trekken? Een antwoord op deze vragen biedt de installatie Body Movies, Relational Architecture #6 (2002) van Rafael Lozano-Hemmer.

Op een doods en verlaten postmodern plein in het centrum van Rotterdam worden op een hoge blanke muur immense portretten vertoond van inwoners van de stad. Overdag blijven zij onzichtbaar, maar als het donker wordt verschijnen ze, ware het niet dat er dan zeer sterke lampen aangaan die de beelden opnieuw aan het zicht onttrekken. Loop je evenwel voor de lampen langs, dan zie je in je eigen reuzeschaduw op de wand opeens de mensen naar je staan kijken. Er gebeurt iets vreemds met je. Het is jouw lichaamschaduw die hun uitgebande lichaam tevoorschijn laat komen. Er ontstaat daardoor een sterke band tussen jou en de geportretteerden. Eén ervan trekt je naar zich toe, je wilt haar helemaal met je schaduw bedekken om haar haar complete lichaam terug te geven - maar zodra dat lukt floept het beeld om en is een nieuw lichaam verschenen. Een spelsituatie: elke avond verzamelde zich een grote groep inwoners, jongeren meestal, die speelden met de portrettengalerij. Je keek een tijdje, je deed een tijd mee, ging daarna weer staan kijken. Het had de relaxtheid van een schoolfuif, maar het was telkens weer spannend, wie bedekt wie, en wat dan? En wat gebeurt er hier in het donker? Het plein kwam tot leven. Bezoekers haalden grappen met elkaars schaduw uit. Men kende elkaar niet en bouwde een feestje. De bezoekers veranderden de voorstelling, de vertoning van portretbeelden op de wand, en de voorstelling veranderde hen, van geïsoleerde stadsluities in een groep die op één golfhengte zat.

Interactieve stadstoren

Body Movies was een collectieve ervaring, hoofdzakelijk vrolijk. Een gedeelte alertheid. In dit werk geen één-op-één interactiviteit, zoals bij Clark en Gonzalez-Torres, geen één op veel interactiviteit, zoals bij Gabriel en Polak en Kee, maar veel-op-veel. Stadsbewoners maken elkaar zichtbaar. Om niet alleen de binnenste kring, maar ook de ring van toeschouwers daarbuiten te activeren tot interactie werkt een publieke ruimte misschien het best, beter dan de afgeslotenheid van een zaal of expositieruimte. Gedeelde ervaringen zijn per definitie publiek. Net zoals intieme ervaringen per definitie privé zijn en daarom beter te bespelen met één-op-één interactie in een klein kamertje. De levende ervaring waar het interactieve kunst om te

doen is, kan het leven terugbrengen in de no-go area’s van een stad. De spanning tussen persoonlijke en gedeelde gevoelens vormt de basis van D-Toren (2004-2024) van Q.S. Serafijn en Lars Spuybroek, een interactief project tussen een complete stadsbevolking en een toren zoals er maar één is op aarde, zowel qua vorm als qua informatiegehalte. Een niet per se representatieve steekgroep uit de bevolking van het stadje Doetinchem werkt mee aan een dagelijkse enquête over hun emotionele toestand. Iedere dag krijgt de groep een vraag gemaild over hun gevoelens, maar elke dag iets persoonlijker, intiemer, hitsiger misschien wel. De antwoorden worden per dag in één van vier gevoelswaarden gemiddeld, namelijk liefde, geluk, haat en angst. Een computer berekent wat het overheersende gevoel die dag is geweest. Zodra de nacht valt, is te zien welke kleur de fysieke toren, in het centrum van de stad, heeft aangenomen. Bij liefde is hij rood, bij geluk blauw, bij haat groen, bij angst geel. De toren vertelt hoe we ons voelen.

De fysieke toren van D-Toren is het punt waarop de stad zich emotioneel ontaardt, maar tegelijk ook oplaadt, want de toren lokt op haar beurt emotionele reacties uit bij de bevolking. Op de dag dat Theo van Gogh werd vermoord kleurde de toren blauw (geluk), wat tot onthutsing en woede leidde bij veel stedelingen. Men had geel (angst) of groen (haat) of zelfs rood (liefde) willen zien, maar nu net geen blauw. Dit voorbeeld maakt duidelijk dat de blik die de toren lijkt te vergunnen in het innerlijk van de plaatselijke bevolking geen eenduidige resultaten oplevert. Bij interactieve kunst ligt de betekenis buiten het zichtbare werk. Was men gelukkig met de moord, of hadden de geenquêteerden die dag hun vragen niet ingevuld omdat ze te emotioneerd waren, of zijn de particuliere emoties van de Doetinchemmers geheel anders dan de publieke, media-gestuurde reacties op het nieuws van die dag? Wat peilt de enquête eigenlijk? Als de toren dagenlang groen is, zoals regelmatig gebeurt, moet je dan de stad mijden? En als hij rood kleurt, is dan iedereen opeens aardig?

Jute zak

D-toren werkt verder op een spoor dat door Lygia Clark in 1968 is opgelegd: dat van de Architectura biológica, de biologische architectuur. In deze serie projecten liet Clark twee mensen zich in de jute zakken wringen die vast zaten aan de uiteinden van een lange strook doorzichtig plastic. Vervolgens mochten ze zolang ronddans en doen tot ze elkaar hadden omwikkeld en strak aan elkaar vastzaten. Alle bewegingen, alle tactieken zijn de hele tijd zichtbaar en helder voor beide, en toch sluiten ze elkaar ermee op in een niet meer te verbreken relatie. Daartoe is hulp van buitenaf nodig. Therapeutisch moment. Al snel ontwikkelde Clark hele constructies van plastic en vele jutezakken, zodat een groep mensen kon meedoen. En dan blijkt de afloop, het mistroostige eindpunt, niet de essentie van dit werk. Het gaat om de bewegingen van het plastic tussen de mensen die deelnemen aan het werk. In die plastic banen wordt de onderlinge interactie zichtbaar, en deze blijkt niet bepaald te worden door één lid van de groep, maar door allen. Het zich interactief vervormende plastic toont de krachtlijnen in de gemeenschap van de deelnemers. Het geeft een instabiele, dynamische, vaak verrassend mooie vorm aan de collectieve ervaring van het moment. Een ervaring die zeer lichamelijk is. In de woorden van Clark: “Het gaat om een extreem intieme

vorm van communicatie, van porie naar porie, hartje naar hartje, zweet naar zweet.”

Feestelijk verlicht

In D-Toren zijn de fysieke, materiële interactielijnen tussen de deelnemers aan het project vervangen door medi-ale, elektronische verbindingen - email en website. Ook dat geeft wisselwerking, alleen kan deze met de huidige technische middelen niet permanent live en concreet zichtbaar worden afgebeeld. Daarom wordt de interactie gemiddeld tot één waarde, één kleur, één extatisch moment, gevolgd door kritische acceptatie of verwerping. In deze trage interactiviteit is weer het veel-op-veel model van interactieve kunst in de publieke ruimte actief. De gekleurde toren is de poort waardoor de geënquêteerden en de mensen op straat rond de toren met elkaar communiceren.

Het object waardoor de interactiviteit in dit werk heen loopt - de fysieke toren - heeft, zoals het behoort, geen artistieke waarde. Het is niet mooi of lelijk, daar is het te vreemd voor. Althans overdag. Zodra het licht de doorzichtige toren van binnenuit kleurt, is hij prachtig, feestelijk, totdat je de kleur decodeert en de lichttoren op-eens betekenis krijgt, hoe ongrijpbaar ook. Het licht in de toren toont niet alleen dat er van alles gebeurt in Doetinchem, maar ook dat jij, stadsgenoot die niet aan de enquête meedoet maar wel de toren ziet veranderen, daar deel van bent. Want je windt je op, of je bent het er stiekem mee eens, of je bent gewoon blij of pessimistisch, net als iedereen. Urbanismo biológica: kritisch, ironisch of bevestigend. 42 procent van de tijd blijkt de toren blauw verlicht (geluk), veertig procent van de nachten groen (haat). D-toren is representatief voor de complete Nederlandse bevolking op dit moment.

Bevrijding

Interactiviteit bevrijdt ons uit de honderd jaar eenzaamheid van de twintigste-eeuwse kunst. In interactieve kunst flakkert het besef op dat er eigenlijk geen ‚ik‘ is. Niemand is een eiland: je wordt evenzeer geproduceerd door anderen als jijzelf anderen produceert. Je wordt evenzeer voortgebracht door objecten als jij objecten voortbrengt. Omdat interactie wil zeggen elkaar veranderen, en omdat alleen datgene voor ons leeft wat met ons interacteert, is alles rondom ons evenzeer in verandering als wijzelf veranderen door alles rondom ons, inclusief natuur en techniek, geliefde en onbekenden, kamer en stad, bed en wereld. Interactieve kunst is de kunst van het tijdperk van globalisering. Iedereen en alles raakt voortdurend met elkaar in uitwisseling en dat continue verandingsproces houdt de wereld in stand. Je kunt er kritiek op hebben, kanttekeningen bij plaatsen, meningen over ontwikkelen, maar dat is niet waar interactieve kunst op uit is. Interactieve kunst spreekt de toestand zelf aan, probeert haar te begrijpen op het moment dat ze plaatsvindt, presentationeel, als bewust geleefde ervaring in plaats van in de taal van gisteren of overmorgen. Vivências.

Wie een game begrijpt, begrijpt de tijdsgeest

Games maken en daar ook nog voor betaald krijgen... Het klinkt velen als een droom in de oren. Welke opleiding moet je volgen om gamedesigner te worden? Wat moet een goede game-maker kunnen? En, als het werkelijk zo’n droombaan is, waarom hebben de partners van de gamedesigners zich dan verenigd in een lotgenotenclub?

Auteur: Joris Dormans

Er zijn vijftig jaren verstreken sinds Nolan Bushnell het eerste commerciële gamesucces lanceerde; Pong, een digitaal spelletje pingpong. Inmiddels hebben games een stevige plek in onze cultuur verworven. Niet alleen als tijdverdrijf van jongeren, maar ook als lesmateriaal in scholen en als onderdeel van marketingcampagnes. Wat maakt de game meer dan een spelletje?

Ludiek

De essentie van games zit ‘m in de manier waarop ze de speler, de gebruiker als uitgangspunt nemen. Geen enkele andere computertoepassing is zo toegesneden op de ervaring en handelingen van de speler. Games weten het rammen op een toetsenbord tot een aangename ervaring te maken. Games zijn er niet om iemand werk uit handen te nemen, maar wel om dat werk leuker te maken - of ludieker, dat is misschien een betere term. De aandacht die een gemiddelde speler voor zijn game heeft, is ongeëvenaard. Games stellen spelers in staat om boven zichzelf uit te stijgen. Leercurves, feedback, identificatie en heldere, haalbare doelen maken deel uit van het geheim van een game. Het spelen van games verbetert iemands technische vaardigheden en zijn probleemoplossend vermogen. Iemand die een kei is in videogames, zal ook een talent hebben voor het ‘reverse engineeren’ en het herprogrammeren van een complex programma; oftewel ‘hacken’ in de goede betekenis van het woord.

Gamende minister

Het predicaat gamer is tegenwoordig geen stigma meer, iedereen is een gamer-in-potentie: van puisterige puber, tot huisvrouw, tot minister. Daarmee is het cultuurverschijnsel ‘game’ een onlosmakelijk onderdeel geworden van onze economie. Er zijn in Nederland meerdere opleidingen die inspelen op de behoefte aan games. De Hogeschool voor de Kunsten Utrecht timmert het langst aan de weg. De HKU leidt artists op die zonder veel moeite aan de slag kunnen in de game-industrie. De student leert er meer dan er van een simpele tekenaar wordt verwacht, en die extra bagage helpt om snel door te stoten naar de leukere posities in de game-wereld; het basisontwerp van een spel. De internationale hogeschool in Breda (NHTV) is in 2006 een Engelstalige opleiding ‘Game Architecture and Design’ gestart. Wanneer de NHTV over drie à vier jaar de eerste studenten aflevert, zijn dat ongetwijfeld programmeurs die perfect voldoen aan alle eisen die de industrie stelt. Los van de speciale game-opleidingen heeft elke HBO-opleiding ICT of Communication & Multimedia Design wel een paar vakken aan games gewijd. Ook de universiteiten buigen zich over de spelletjes. Ze doen er onderzoek naar, of spelen zelf met een dependance in Second Life. Het MBO blijft niet achter en is hard op zoek naar mogelijkheden om games in te passen in hun onderwijs.

C++

Om een goede game te maken, zijn er twee competenties nodig: technische kennis en creativiteit. In de meeste opleidingen gaan die twee niet samen; gamestudenten worden voor de keuze gesteld; programmeur worden of artist. De programmeurs moeten de programmeertaal C++ beheersen en de wiskunde en natuurkunde begrijpen die nodig is om aan een 3D-gamewereld mee te bouwen. De opleiding voor artist bestaat vooral uit 3D-modelling en tekenen. Het tekenen, met de hand, is een opstap naar het ‘echte’ 3D-werk, of voor het maken van ‘concept art’. Voorlopig is er op de arbeidsmarkt meer behoefte aan artists dan programmeurs. Maar aangezien computers steeds beter worden in het ‘on-the-fly’ genereren van afbeeldingen en animaties, kan de verhouding tussen artists-programmeurs snel omslaan. De game Spore is een voorbeeld van een spel waarin de gebruiker - in interactie met de software natuurlijk - zelf nieuwe beelden aan het spel kan toevoegen, waarbij de artist bijna overbodig wordt. Spore, waarin de speler alle stadia van de evolutie and beyond doorloopt, komt pas uit in 2008. Spore wordt nu al de ‘most anticipated game ever’ ooit genoemd.

Wild westen

“Ik studeer games.” Dat klinkt weliswaar sexy, maar kan je na je opleiding wel ergens aan de slag? De game-industrie in Nederland is niet groot. Er zijn zo’n achthonderd mensen die zich betaald bezighouden met het ontwikkelen van games. Dat is niet veel, zeker in vergelijking met de overvloed aan game-opleidingen in ons land. In het Verenigd Koninkrijk, de grootste gameproducent in Europa, komen eigenlijk alleen mensen met een PhD-diploma in aanmerking voor een baan als game-designer. Blijkbaar zijn er genoeg enthousiaste kandidaten om dergelijke hoge eisen te stellen. MBO’ers hebben het ‘t moeilijkst om op te vallen op de arbeidsmarkt die is vergeven van de beter geschoolde HBO’ers en getalenteerde designers uit Oost-Europa en Azië. Een MBO’er heeft min of meer twee keuzes: of doorstromen naar het HBO of beginnen als tester. Het testen van spelletjes was voor velen al een ingang in de game-industrie. Het is vechten voor een plek op de arbeidsmarkt, maar toch hoeft een pas afgestudeerde gamedesigner niet lang achter de geraniums te zitten. Er zijn namelijk doorlopend vacatures in de game-industrie. Niet alleen in Nederland, ook in de UK. De sector kampt met een groot verloop. Het werken ‘in de games’ is niet zo ideaal als het lijkt. Een gemiddelde werknemer houdt het maar vijf jaar vol. Daarna is hij (het zijn overwegend mannen) opgebrand. Overwerk is aan de orde van de dag en er is een enorme werkdruk door snel openvolgende deadlines. De game-industrie is een digitaal wild westen waar de belangen van het grote geld de individuele en creatieve belangen in een wurggreep houden. Je moet wel heel gemotiveerd zijn om in die omgeving te willen werken. Het is tekenend dat naast de ‘Everquest Widows’, een belangenorganisatie voor partners van verslaafde gamers, er nu ook een lotgenotenclub bestaat voor mensen die hun partner niet meer zien, sinds ze werken voor Electronic Arts, de wereldwijde marktleider in gameproductie.

Gelukkig komt er verandering in de barre arbeidsomstandigheden in de game-industrie. Dat moet ook wel, want bedrijven houden het niet lang vol in dit tempo; hun werknemers raken oververmoeid en er sluipen fouten

in de games. De industrie heeft geleerd van een grote crash in 1983. In dat jaar ging Atari bijna over de kop en nam in haar val de gehele Amerikaanse game-industrie mee. Winstbejag en bedrijfsbelangen brachten ook toen de creatieve kwaliteit en arbeidsomstandigheden in het nauw.

Het enige nadeel van de betere omstandigheden in de game-industrie, is dat er minder vacatures zullen zijn omdat het verloop minder wordt. En dat betekent voor een ‘newbie gamedesigner’ dat het moeilijk zal zijn om de voet tussen de deur te krijgen. Gelukkig is een designer van games veel breder inzetbaar dan in de commerciële entertainment-games. De combinatie van technische en creatieve vaardigheden die nodig is voor het maken van een game is zeldzaam. Gamedesigners zijn in staat om complexe systemen te analyseren en te ontwerpen waarin de ervaring van de gebruiker centraal staat. Die vaardigheid zal hen ook geweld maken binnen andere disciplines, zoals de nieuwe media of de zakelijke markt.

Verweggistan

Wat moet een gamedesigner beheersen als hij van de opleiding komt? De moeilijkheid van een opleiding die in een niche onderwijst, is dat het bijna onmogelijk is om aan het begin van een opleiding te weten welke technologische toepassingen er bij het afstuderen in de mode zijn. Hoe games over een jaar of vijf worden gebruikt is nu nog niet te voorspellen. Als de internet-revoluties van de afgelopen jaren ons iets hebben geleerd, is het dat slechts een deel van de nieuwigheid blijft hangen zodra de hype is uitgeraasd. Een essentieel deel, dat wel.

Een ontwerper van games moet dus behalve over technische en/of creatieve kwaliteiten, ook over capaciteiten beschikken om in te spelen op veranderende omstandigheden. Om werkelijk recht te doen aan de interactieve complexiteit van games heeft hij ook kennis nodig van de psychologie van de speler. Hoe geeft een game de activiteiten van een speler vorm? Wat betekent het om een speler vrijheid te geven? Wat heeft die vrijheid vervolgens voor gevolgen voor de mogelijke interpretatie en boodschap van de game? Het is overigens maar de vraag of de game-industrie zelf bijdraagt aan het antwoord op deze vragen. De hoge kosten van het produceren van games laten weinig ruimte voor experimenten en innovatie. Dit maakt de game-industrie paradoxaal genoeg tot een uiterst conservatieve industrie. Ook veel onderwijsprogramma’s getuigen van deze behoudende mentaliteit. Ze richten zich eenzijdig op het afleveren van de programmeurs en de vormgevers, al geldt dat meer voor de NHTV dan de HKU. Er is geen ruimte voor het ontwikkelen van een kritisch perspectief op het medium en reflectie op de sociaaleconomische context waarin ze ontwikkeld en gespeeld worden. Juist daar liggen mogelijkheden voor onderwijsinstellingen om zich te profileren, en voor studenten kansen om de toepassing van games te verbreden. Het gameonderwijs concentreert zich nu nog vooral op de entertainment, maar er liggen ook veel kansen voor training, bewustwordingscampagnes en onderwijs; de serious games.

In het land van de serious games blijkt eenoog nog al te vaak koning. Een interactief tooltje heet wel héél snel een game. Het dure Food Force – een spel van de VN waarin de speler tegen droogte en honger moet vechten - ontworstelt zich maar nauwelijks aan het niveau van een geautomatiseerd vragenlijstje. En het Nederlands inburgeringspel Rits Je In bevat nauwelijks

meer play dan het beantwoorden van multiple-choice-vragen en toch weet het in dit land prijzen te winnen. Als je het eerste level niet haalt, word je zonder pardon op het vliegtuig naar ‘Verweggistan’ gezet.

Creativiteit is te leren

Tot nu toe zijn er maar weinig gameopleidingen die technisch en creatief onderwijs weten te combineren. De werelden staan nog mijlenver uiteen. Niet alleen voor de student, maar ook voor de docent. Voor beide competenties is een bepaalde aanleg onontbeerlijk, maar zowel creativiteit als technisch vernuft is aan te leren. Sterker nog, in games liggen ze dicht bij elkaar dan men in eerste instantie zou denken. De Hogeschool van Amsterdam stapt over de grenzen heen en biedt een interdisciplinair gameprogramma. In een gemixte groep studenten weten technisch en creatief elkaar prima te vinden. Game-taal is een taal die beide groepen begrijpen, en die beide groepen aanspreekt. Er ligt een gouden toekomst in het verschiet voor de studenten die een brug tussen deze competenties weten te slaan. Dat zijn de creatieve ingenieurs van de toekomst, zij komen met de ideeën voor de innovatieve media-toepassingen en ze gaan die realiseren ook.

Meer dan code kloppen

Voordat het zover is, moeten de gameopleidingen wel verder kijken dan alleen de commercie, verder dan alleen de technologische en creatieve kant van het spelletje. Een student moet na zijn studie in staat zijn om de unieke eigenschappen van een game in onvermoede context toe te passen, om de impact van games op een individu of de samenleving op waarde te schatten. Dan alleen is hij in staat de snelle technologische ontwikkelingen bij te benen. Met een opleiding die alleen leert om code te kloppen en 3D-modellen te maken, kom je niet verder. Wil je de industrie van haar conservatieve inslag bevrijden, dan zijn ook abstractere vakken onmisbaar in het lesprogramma die een kritische houding kweken over media en games. Juist die kritische blik, in combinatie met het programmeren en ontwerpen, is de grote plus van gameonderwijs boven opleidingen als informatica en mediastudies.

Een student moet zich realiseren dat een game niet op zichzelf staat. Een game is voortgekomen uit onze cultuur en zal ‘m ook beïnvloeden. In onze informatiesamenleving zijn we constant bezig om informatie te verwerken, op straat, op het werk en thuis. Die ‘mentale beweging’, het verwerken van informatie, zal in de toekomst alleen nog maar belangrijker worden. Als er een medium bij uitstek geschikt is om deze vaardigheid te trainen, dan is het de game. Games trainen het verwerken van informatie niet alleen, ze geven ook de richting aan waarin de vaardigheid zich ontwikkelt. Gamen is een positief voorbeeld van een cybernetische symbiose waarmee de mens zichzelf kan onttijgen. Het is ook nog eens een medium waar gebruikers graag mee bezig zijn, een medium dat vertrouwd is omdat bijna iedere Nederlander er tegenwoordig mee opgroeit. Je zou kunnen zeggen dat wie games begrijpt, de nieuwe tijd begrijpt. En daarmee heeft een gameopleiding meer te bieden dan een rugzakje met de juiste bagage om door te dringen in de felbegeerde game-industrie. Je bent door naar Next Level.

Meer informatie:
www.jorisdormans.nl

[illegible]

[illegible]

Bloggend bouwen

Dankzij internet en betaalbare technologie kan iedereen tegenwoordig een film maken en journalist zijn. Waarom ook niet je eigen huis ontwerpen op internet? Webfilosoof Geert Lovink vindt het geen gek idee. Met de juiste computer, software en een glasvezel-netwerk kan iedereen in de huid van een architect kruipen, betoogt hij. “Wat hebben we eigenlijk te verliezen? Kan het slechter dan de rijtjeshuizen van nu?”

Auteur: Geert Lovink

Hoe zou Nederland eruitzien als architecten hun alleenheerschappij over stedenbouw en huizenbouw opgeven? In het Internettijdperk van de toekomst heeft de bevolking geen behoefte meer aan (schijn-)inspraakprocedures en ‘bewonerparticipatie’ in stedenbouwkundige programma’s. De burgerij bouwt haar eigen nestje wel. Ze zet zich massaal achter het 3D-tekenprogramma voor architecten; e-governance wordt ingehaald door AutoCAD4all. Elke do-it-yourselfbouwer heeft straks recht op eigen bouwgrond van minimaal 1000 vierkante meter. Want het sprookje dat er in Nederland geen bouwgrond zou zijn, wordt niet langer geaccepteerd. Met het verdwijnen van de landbouw, is er ruimte zát. Iedereen dus een eigen droompaleis en eindelijk kunnen we afscheid nemen van 19e-eeuwse rijtjeshuizen en de gesloten bouwblokken. De individualisering treedt naar buiten; niet louter het interieur, maar ook de buitenkant is voortaan een afspiegeling van wie iemand is. De democratisering die in de jaren zestig werd opgeëist, wordt met dank aan de technologie pas echt realiteit.

4-wheel drive

Hoe ontwerp je een huis via internet? De onderdelen van huizen en het gebouw zelf, kunnen op een wiki-site tot stand komen; mensen bouwen al bloggend voort op elkaars ideeën en perfectioneren het naar eigen smaak. De onderdelen van het huis van de toekomst kunnen in Zuid-Amerika gemaakt en na een reis in een container in het Nederlandse polderlandschap ontvouwd worden. Zonder zo ver te gaan dat iedereen z’n eigen aannemer moet worden, kunnen bewoners de architect als gewichtige tussenpersoon overslaan en voortaan direct naar de lokale overheid stappen om hun ontwerp te laten testen op bouwkundige voorschriften en brandveiligheid. En als ze in Nederland geen bouwvergunning krijgen, dan elders. Want het idee dat Nederlanders hun ideale ‘4-wheel drive bij het eigen steigertje’ enkel en alleen in dit dure, volle, koude en drassige land willen bouwen, is natuurlijk achterhaald. De genetwerkte Nederlander klikt gewoon op een andere bestemming als hij niet in Nederland mag bouwen wat hij of zij wil. Dan maar in Turkije of ergens in Afrika. Banaliteit zonder grenzen. Het is overigens ook in 2007 al mogelijk om met bouwpakketten elders op de wereld een huis te bouwen, zonder daar zelf bij aanwezig te zijn. Het verschil is dat het straks niet meer om dat tweede huisje in Frankrijk gaat. Laat die gezapige regio maar aan de naoorlogse generatie over. De wereld is groot genoeg. De kerosineprijs is the limit.

Architecten zien computers te beperkt

Terug naar het heden. De architectuur en stedenbouw worden gedomineerd door de babyboomgeneratie. De huidige vijftigers en zestigers stonden

weliswaar aan de wieg van de computer, maar ze hebben het apparaat op een kritische en sceptische afstand gehouden. Ze behoren tot een overgangsgeneratie. Ze staan met hun ene been in de oude en het andere been in de nieuwe media. De computer is voor hen niet meer dan een gecombineerde teken- en rekenmachine. Het is een handig alternatief voor de tekentafel, een virtuele testzone waar architecten naar geloven kunnen experimenteren; bijvoorbeeld hoe een gebouw uitkomt tussen andere gebouwen, hoe een kleine aanbouw het evenwicht beïnvloedt en wat een ander steensoort doet. Ze zien het als een virtuele zandbak met oneindige mogelijkheden. “Computers make the impossible aspects of architecture possible”, vat professor Ken Sakamura het dienende aspect van de computer samen. Architecten en stedenbouwkundigen beschouwen de computer dus vooral als een black box en niet als een omgeving met ‘eigenzinnige’ kenmerken. De computer heeft het proces van ontwerpen weliswaar vergemakkelijkt, maar het ontwerp zelf en de positie van de architect is er niet door veranderd. Een reden waarom internettheorie en architectuur zo moeizaam met elkaar in contact komen is een verschillende interpretatie van het begrip ‘virtuele ruimte’. Architecten hebben het gevoel dat ze al lang in cyberspace bezig zijn met tekenprogramma’s als AutoCAD, ArchiCAD en 3D Studio Max. Deze 3D-architectuurspace is echter niet meer dan een ‘eye candy’ voor PR-doeleinden; de virtuele ruimte waarin architecten zich bewegen, bestaat alleen offline en is niet interactief. Het zijn weliswaar blitse tekeningen, die 3D-maquettes, maar het blijven conceptuele droompaleizen zonder gebruikers: mooie plaatjes om klanten mee te imponeren, maar meer ook niet.

Gesloten celebrity systeem

Heel web 2.0, met z’n interactie- en participatie-idealen, lijkt aan de architectuur voorbijgegaan. Bouwkundigen maken sowieso nauwelijks gebruik van internet, behalve om met hun klanten en leveranciers te communiceren. Er valt genoeg te discussiëren over architectuur, en dat doen de heren (meestal zijn het mannen) dan ook. Maar zie je daar iets van terug op internet? In de tien-vijftien jaar dat internet bestaat, is er geen toonaangevende lijst, newsgroup, website, portal of blog ontstaan waar de discussie over hedendaagse globale architectuur en stedenbouw wordt gevoerd. Architectuur en stedenbouw bevinden zich dus nog steeds in een twintigste-eeuwse vertoogruimte die gekarakteriseerd wordt door een gesloten celebrity-systeem met een strenge peer assessment controle aan de poort. Het blijft verbazingwekkend dat een van de belangrijkste intellectuele disciplines in Nederland zich dusdanig afzondert van innovatieve communicatiemiddelen. ArchiNed, het Nederlandse Internetportaal vormt wellicht een uitzondering op deze regel. Deze informatieve portal heeft echter niet meer dan een journalistieke pretentie.

Verlengstuk van tv

Als het internet louter een verlengstuk van krant, film, radio en tv zou zijn, is er niets nieuws onder de zon. Dan hoeven we niet door te praten over de relatie tussen internet en architectuur. Maar internet is een massamedium met een andere invloed op de samenleving dan radio en tv; het versterkt de individualisering en de democratisering.

Zo’n verandering kan niet zomaar aan de architectuur voorbijtrekken, al was het maar omdat ook de architectuur onderhavig is aan modes en mediaspektakel.

Telecom-onderzoeker James Encks voorspelde een grote omwenteling waarbij de winnaars de internetgebruikers zijn, en de grote verliezers de partijen die hardnekkig vasthouden aan oude waarheden, zoals de tv en radio. Waarom zouden wij, de gebruikers, blijven bedelen om de aandacht van de grote architecten en drukbezette politici? Nu het Net als massamedium zijn bestaansrecht heeft bewezen, doet het er verder niet toe of de culturele elite in Nederland dit medium negeert of omarmt. Natuurlijk kunnen we online inspraak hebben, campagnes ondersteunen tegen de (nog) verdere uitbreiding van Schiphol en kunnen we ons op internet virtueel klaarmaken voor een volgende IJburg-achtige wijk. Maar we kunnen meer! Een eigen huis of appartement ontwerpen met het nog fictieve programma autoCAD4all. We kunnen van nieuwe (bouw)materialen doorontwikkelen en internet kan ons helpen met het beheersbaar houden van de kosten.

Onvoorspelbaarheid

Het is overigens niet zo dat geen enkel architectenbureau reageert op de computerontwikkelingen en internet. In Nederland staat Lars Spuybroek met zijn bureau NOX bekend om zijn virtuele vormen. Met speciale software ontwerpt NOX gebouwen die (letterlijk en figuurlijk) niet rechtlijnig zijn, maar voortvloeien uit de logica van het gebouw zelf. Het resultaat zijn organische bouwwerken met natuurlijke vormen die op geen enkele manier te vergelijken zijn met de klassieke huizenbouw. Spuybroek gaat een stap verder dan zijn collega’s met het integreren van de computer in zijn werk, maar ook hij ziet de computer puur als een hulpmiddel bij het tekenen. In zijn boek NOX: Machining Architecture (2004) schrijft hij dat hij de computer als een stuur ziet, dat navigeert met richting en flexibiliteit. Spuybroek laat zich bij het ontwerpen inspireren door filosoof Gilles Deleuze, de bekende ‘internetfilosoof’. Deleuze pleit voor onvoorspelbaarheid, verschillen en constante verandering tegenover de huidige rechtlijnigheid, discipline en controle. Spuybroek gaat daar een eind in mee met zijn zelforganiserende en interactieve ontwerpen, maar stelt uiteindelijk wel grenzen. Hij wil de architectuur beschermen tegen de vrijheid en de eindeloze vormenvariatie die de computer in zich bergt. “The architecture of continuous variation is not one of ‘free form’ but of articulation and structure.” Architectuur mag niet overrompeld worden door de techniek. Het zou interessant zijn om te weten met wie of wat Spuybroek hier een polemiekt voert. Het zijn vast niet zijn behoudende collega-architecten. Grote kans dat hij nu al ageert tegen de ‘lange staart van geniale amateurs’ die in de toekomst met hun wilde geklik in de (virtuele) ruimte grensvervagende werken gaan scheppen. Werken die zich niet laten vangen binnen het architectuurvertoog.

Bouwpakketten

Een andere Nederlandse architect met een visie op de computer en architectuur is Job Goedhart. Hij is het voorbeeld van hoe iedereen straks architect kan zijn op internet? Deze Amsterdamse ‘architect zonder titel’, een kraker van de Weijers-generatie, ziet zichzelf in eerste instantie als bouwer-beschou-

wer. Na jaren gewerkt te hebben als timmerman en meubelbouwer, gespecialiseerd in keukens en bloemestallen, werd hij eind jaren negentig digitaal ontwerper van constructies die zijn gemaakt van standaard bouwelementen. In de computer bouwt hij huizen met de virtuele representaties van bouwstenen. In de software kan hij het bouwwerk uit alle denkbare fysieke gezichtspunten bekijken. Het kan op diverse manieren worden ‘uitgeprint’: als lijst van onderdelen, als technische tekening, als visualisatie, of als walk through-animatie. Vervolgens mailt hij het resultaat in pdf-formaat naar opdrachtgever en aannemer. Die kunnen met de beoordeling en prijsvorming aan de gang. Hierna volgt meestal een presentatie in de vorm van geprinte tekeningen en monsters van materialen voordat de aanbesteding en fysieke realisatie op gang komen. Goedhart: “Wat ik doe zou ik geen assemblage noemen, het is toch echt het maken van een ontwerp.”

Goedhart voorspelt dat ontwerpen uiteindelijk hun uniciteit gaan verliezen. “Een gebouw als het ING House (de kruimeldief) aan de Amsterdamse Zuidas moet je eigenlijk niet zien als een gebouw, maar meer als een industrieel ontwerp. Het zou dan een verspilling van ontwerpinspanning zijn om dit product als eenmalig te zien. Het is logischer om zo’n hightech-onderkomen op industriële schaal te produceren en te verkopen. Dat je straks in Shanghai een paar kruimeldieven tegenkomt, zul je op de koop toe moeten nemen.”

Print je huis in 3D

Ook Goedhart beschouwt software als gereedschap. “Evolutionair gezien onderscheidt de mens zich van het dier door het gebruik van gereedschap. Ook software is gereedschap dat de mens weer verder brengt, maar software hakt en spijkt niet met échte materialen, maar met de representatie van materiaal. Pas later - op de bouwplaats - wordt het ontwerp via een tekening en een stukslijst gematerialiseerd. Trouwens, binnen afzienbare tijd heeft iedereen een 3D-printer op zijn bureau waarmee hij zijn eigen maquette kan uitprinten. Een soort omgekeerde laserscanner die een datawolk laat materialiseren in de vorm en kleur die de ontwerper heeft bedacht. De auto-industrie gebruikt zo’n 3D-printer al jaren. Als iedereen er straks een kan gebruiken, zal de revolutie een feit zijn.”

Rapaille

Wat zou een eerste stap zijn om het internetbouwen te stimuleren? Misschien een website met een aanstekelijke variëteit aan best practicevoorbeelden van huizen die door doe-het-zelf-ontwerpers zijn gebouwd. Het menu met bouwstijlen op deze site kan oneindig lang worden. Lang leve de bouwkundige vrijheid. Er kan dan een ‘bandwagon effect’ (wat de buurman heeft, wil ik ook) ontstaan waarbij ‘het rapaille’ elkaars innovatieve ontwerpen kopieert, met eigen nuances natuurlijk. Gebeurt dit niet, dan bestaat het gevaar van een al-legaartje en zal de roep van de elite om regels zegevieren.

De conclusie van dit verhaal is niet dat iedereen straks kunstenaar is en dat de wereld er na de online verspreiding der bouwkennis leefbaarder—laat staan mooier—uitziet. Wat wel verandert, is dat de architectuur haar claim heeft verloren te weten wat goed is voor ‘de mensen’. De burger zal de muis in eigen handen nemen en zelf aan het tekenen slaan. De stedenbouwkundige ruïnes die de twintigste eeuw heeft achtergelaten, zeggen genoeg over de noodzaak

en de rechtmatigheid van deze burgermansrevolutie. De architect is straks de ‘middle man’ die uit de begroting geschrapt wordt. En je kunt op je vingers natellen dat het architectengilde die degradatie niet zonder slag of stoot zal accepteren.

Wansmaak

Wie bepaalt straks het gezicht van Nederland? Spuybroek of de modernistische woningbouwcorporaties? Geen van beiden. Het zal de burger zijn met zijn AutoCAD4all en de NOX-software op eigen pc. De democratisering van het computergestuurde huisontwerp lokt de vraag uit of alles wat ontworpen kan worden, ook gebouwd mag worden. Job Goedhart: “Je zal per geval moeten bekijken of een ontwerp gerealiseerd mag worden. Maar dat is toch altijd de praktijk geweest? Of het nu de Schoonheidscommissie, het Bouwbesluit, de milieu-effectrapportage, de inspraakprocedure of het bestemmingsplan is, er zullen altijd remmen zijn het beeldend vermogen van ontwerpend Nederland.”

De aanstaande ontwerprevolutie is koren op de molen voor de cultuurpessimisten, die zich weer kunnen opwinden over de wansmaak van de gemiddelde internetter. En eerlijk is eerlijk, de smaak van de gemiddelde internetter is ook wanstaltig. De villa met zwembad, garage plus aanlegplaats voor de boot vormt het vertrekpunt in menig ontwerp. Maar kan het veel slechter dan de kartonnen kippenhokken waar men nu in gestopt wordt en waar het conglomeraat van banken, pensioenfondsen, aannemers, corporaties en makelaars 300.000 euro of meer voor durven vragen? Bij het breken van dit machtcomplex kan de architectenstand de kant van de internetgebruiker kiezen. Of blijven ze toch, net als nu, aan de kant van de portemonnee van de opdrachtgever staan?

Lees verder

Dit artikel is opgedragen aan Bob the Builder en het spel ‘Design a House with mr. Bentley’. De volledige tekst is te lezen het boek van Geert Lovink: Zero Comments, Routledge, New York, 2007.

Three strikes, you're out!

De virtuele wereld van de videogames speelt door in de werkelijkheid van alle dag. Daardoor verandert de rechts-praktijk en de kijk op fundamentele mensenrechten, zoals privacy.

Auteurs: Alex de Jong en Marc Schuilenburg

De krijgsmacht van de Verenigde Staten heeft in eigen gelederen een videogame over oorlog ontwikkeld. Kosten? 6,3 miljoen dollar. Het doel? Soldaten rekruteren en mensen overal ter wereld een virtuele rol geven in ‘de beste landmacht ter wereld’. Het spel America’s Army werd op Independence Day in 2002 uitgebracht, acht maanden voordat de Verenigde Staten Irak zouden aanvallen. Spelers van over de hele wereld kunnen de gewapende strijd van het Amerikaanse leger naspelen. Gratis! In de eerste twee weken na de lancering logden meer dan één miljoen mensen in en inmiddels zijn er meer dan acht miljoen spelers geregistreerd. Elke dag vechten er zo’n honderd-duizend personen in dienst van het virtuele Amerikaanse leger. Een deel van hen zal ooit bij het leger gaan en met echte munitie leren schieten. Het is niet voor niets dat het leger van de Verenigde Staten zich inlaat met de multiplayer- en joysticktechnologieën van games en spelcomputers. De strijd van zwaar bewapende militairen tegen vreemde troepen, drugscriminelen of gewapende terroristen is een favoriet onderwerp van veel gamers. Maar het kwam nog niet eerder voor dat de krijgsmacht van een nationale staat de ontwikkeling en de distributie van een spel voor eigen rekening neemt om soldaten te rekruteren en burgers inzicht én een virtuele rol te geven in ‘de beste landmacht ter wereld’. Nu ontelbare kinderen en tieners dagelijks oorlog voeren op het internet, wordt het tijd om eens stil te staan bij het effect van deze spellen. Hoe beïnvloedt het spel de werkelijkheid? Het gaat in dit artikel daarbij niet over het verband tussen geweld in games en geweld op straat; wetenschappers zijn daar nog steeds niet over uit. We onderzoeken in dit artikel het onderscheid tussen virtuele en echte werkelijkheid. Hoe loopt de werkelijkheid door in het spel, en vooral: hoe werkt het spel door in de realiteit?

Militair entertainment

Oorlog en spelletjes; ze lijken elkaars antoniem, maar de twee hebben al eeuwenlang een hechte relatie. Er is zelfs een naam voor hun liaison: het militair-entertainmentcomplex of militainment. De laatste dertig jaar is dit militair-entertainmentcomplex flink gegroeid. Van iedere oorlog bestaat er wel een videogame, of het nu de strijd tegen drugs betreft of het gevecht tegen terrorisme. Soms worden er zelfs beelden van echte oorlogen gebruikt in de videogames. Tomahawk Missile (1980), Missile Command (1980), Armor Attack (1982), Top Gunner (1986) en Top Gun (1987) zijn vroege voorbeelden van games, waarin de oorlog in de klassieke betekenis van gewapende strijd tussen twee of meer grootmachten, wordt gesimuleerd. De lijst van vergelijkbare spellen is nog veel langer. Conflict: Desert Storm (2002) speelt zich af tijdens de eerste Golfoorlog. De speler krijgt de leiding over een commandoteam van vier soldaten, dat de missies van de gelijknamige operatie uit 1991 moet uitvoeren. Spelers kunnen het nieuws van vorige week naspelen in het spel ‘Kuma:War’. Spelers uit de hele wereld krijgen de kans om mee te doen aan de Amerikaanse klopjacht op de leden van

Al Qaida in de Shah-i-Kot Vallei in Oost-Afghanistan. En ze kunnen de spanning voelen van een Amerikaanse soldaat die op het punt staat de schuilplaats van Saddam te betreden. Terwijl Kuma:War alleen bestaande oorlogshandelingen gebruikt als onderwerp voor games, gaan andere spellen de strijd aan met de georganiseerde misdaad. In Narc (2005) staat bijvoorbeeld de strijd van de Amerikaanse overheid tegen de drugshandel centraal. In Max Payne (2003) vecht de speler tegen de georganiseerde misdaad door zich als undercoveragent aan te sluiten bij de maffia. En nu Counterstrike (2004) de oorlog tegen het terrorisme tot onderwerp heeft genomen, kunnen we zonder meer stellen dat iedere oorlog in een videogame is veranderd.

Battlezone: for training only

Oorlogsgames zijn niet alleen spelletjes waarin iemand kan vechten tegen wereldwijd opererende drugscriminelen, dictatoriale machtshebbers of terroristen. Videogames zijn ook uitermate geschikt als trainingsmateriaal voor militairen. Om soldaten op de ‘echte’ werkelijkheid voor te bereiden, is de technologie van de videogame verregaand opgenomen in de praktijk van het leger. In simulaties van operationele acties krijgen soldaten het gevoel dat ze zich in de ‘echte’ werkelijkheid bevinden. Maakt het spelen van videogames iemand tot een betere soldaat? Volgens Chris Chambers, assistent-projectleider van America’s Army, wel: “Gamers zien veel scherper dan mensen die niet gamen. Gamers zijn goed in het focussen in een chaotische omgeving. Dit is een belangrijke vaardigheid voor het Amerikaanse leger.” Het simuleren van oorlog als oefening, is trouwens niet nieuw. Bijna tweehonderd jaar geleden maakte Baron von Reisswitz Kriegsspiel (1811). In deze maquette is het slagveld zeer precies nagebootst. De schaal van het landschap met heuvels, rivieren en bossen is zo nauwkeurig, dat de generaals aan de hand van de afstand en de snelheid van hun divisies het tijdstip konden berekenen waarop de manschappen vijandelijke vuurlinies zouden bereiken. Het duurde nog tot de jaren tachtig van de vorige eeuw voordat games een werkelijk prominente rol kregen bij het trainen van militair personeel. Battlezone (Atari, 1980) is het eerste commerciële spel dat door het Amerikaanse leger werd gebruikt om zijn soldaten te trainen. De leiding van het Amerikaanse leger was zo onder de indruk van de mogelijkheden dat ze producent Atari verzocht om een tweede versie te maken. Deze gevechtssimulator had tot doel om de oog-handcoördinatie van de tankbestuurders te vergroten. Sinds het succes van Army Battlezone worden steeds meer games omgebouwd tot simulatie- en trainingsapparatuur voor het Amerikaanse leger. Zo is in de jaren negentig het spel Doom (1993) gemodificeerd tot de trainingsmodule Marine Doom. In Marine Doom leren elitesoldaten te handelen in teams van vier man. Volgens een woordvoerder van het leger is het spel uitermate geschikt voor de training van een nieuwe generatie soldaten: “Jongeren die bij de marine komen, zijn opgegroeid met televisie, videogames en computers. Daarom dachten we: Hoe kunnen we ze opleiden, hoe kunnen we ze enthousiast maken en hoe kunnen we ervoor zorgen dat ze willen leren? Dit is perfect.”

Full Spectrum Warrior (2004) volgde de omgekeerde weg. Het is ontwikkeld door het Amerikaanse leger om zich te trainen in de nieuwe omstandigheden

van oorlog voeren. Full Spectrum Warrior is daarmee een van de meest realistische weergaven van de omstandigheden waar het Amerikaanse leger vandaag de dag mee te maken heeft. Het spel breekt met de klassieke oorlogsvoering waarin een stad, omringd door stenen muren met uitkijktorens, een voor vijandelijke legers moeilijk te nemen vesting is. In Full Spectrum Warrior concentreren de gevechten zich juist in de stad, op bouwblokken en daken van gebouwen. Vijanden zijn niet meer staatsgevaarlijk, ze zijn stadsgevaarlijk. In het spel vervagen de grenzen tussen politie en leger. De politie krijgt steeds meer militaire trekken en het leger wordt in toenemende mate ingezet om de veiligheid van de burgers te beschermen binnen de eigen geografische grenzen of die van een ander land. Blokkades, valstrikbommen, verkeersopstoppen, hinderlagen en sluipschutters zijn in Full Spectrum Warrior dagelijkse realiteit. Spelers worden getraind in gevechten van ‘blok tot blok’ en om een teamplayer te zijn. Full Spectrum Warrior is interactief, de teamleden kunnen met elkaar communiceren. Met de toevoeging van dit interactieve element is de oorlogsvoering in games in een fase gekomen waarin alles draait om de onderlinge verstandhouding van de leden en de coördinatie van het team. De informatie is niet langer ondergeschikt aan de operatie, zoals in Kriegsspiel waarin de leidinggevend van het leger afwachtten tot er voldoende gegevens beschikbaar waren om succesvol te opereren. Er is sprake van een aaneenschakeling van handelingen, die direct van invloed zijn op de relaties in het team. In dit circuit van verhoudingen beïnvloeden operatie en informatie elkaar continu. Tijdens de operatie komt informatie vrij, die meteen richting en sturing geeft aan de soldaten van de militaire eenheid.

Spelen met dodelijke precisie

Wat is het effect van deze levensechte spelen op mensen van vlees en bloed? De nieuwe generatie dienstplichtigen is opgegroeid met videogames; een oorlogsspelletje is voor hen iets van alledag en bovendien hebben ze hun militaire vaardigheden in virtual reality geoefend. De beelden uit de videogames geven de suggestie van objectiviteit. De setting van games komt volkomen vertrouwd en natuurgetrouw over. Hoezeer de virtuele werkelijkheid van het videospel doordringt in de dagelijkse werkelijkheid blijkt uit interviews met militairen. Ze maken nauwelijks onderscheid tussen wat ze ervaren tijdens een oorlog en in een game. Het doden van de vijand roept bijvoorbeeld steeds minder vragen op; het wordt als vanzelfsprekend ervaren. In de woorden van de 25-jarige Nataniel Fick: “In de Tweede Wereldoorlog, toen de mariniers op de stranden aankwamen, liet een verbazingwekkend hoog percentage de wapens ongebruikt. De jongens in Irak zou zo iets niet overkomen. Deze jongens hebben geen enkel probleem met doden.” En de 19-jarige Amerikaanse korporaal Harold Tromble kon maar aan één ding denken toen zijn eenheid in een Irakeze hinderlaag belandde: “Grand Theft Auto: Vice City. Het voelde alsof ik het spel echt meemaakte toen ik de vlammen uit de ramen zag komen, de opgeblazen auto in de straat, mensen die op handen en voeten kropen en op ons schoten. Het was fucking cool.” Ook bij VS-burgers die de eerste Golfoorlog via de televisie volgden, ontstond er verwarring over wat echt was en wat niet. Niet gek, als je spellen

als Close Combat: First to Fight (2005) ziet. Daarin konden de spelers naam én uiterlijk aannemen van soldaten die op dat moment nog echt in Irak vochten. Ook de achtergrond van de games komt en natuurgetrouw over. Generaal Schwarzkopf probeerde tijdens een persconferentie over de oorlog een einde te maken aan de onduidelijkheid. “Dit is geen videospelletje”. Volgens Schwarzkopf ging het hier om ‘een echte oorlog’. Onder druk van de regering lieten daarna ook andere Amerikaanse leidinggevenden de kijkers weten dat de beelden die op de televisie werden getoond, niet afkomstig waren uit een populair videospel. Om de verwarring over spel en werkelijkheid compleet te maken viel het Amerikaanse leger tijdens een grote bijeenkomst van gamers in 2003 de conferentie binnen.

De militairen speelden een scène na uit het spel America’s Army, waarin een elitesoldaat gered moet worden die achter vijandelijke linies is beland.

Militaire empathie

In het standaardwerk Vom Kriege uit 1831 stelt de Pruisische generaal en theoreticus Carl von Clausewitz dat ‘de oorlog de voortzetting van politiek is met andere middelen’. Tegenwoordig zou je je kunnen afvragen of games de voortzetting zijn van de oorlog met andere middelen. De virtuele wereld van oorlogsgames is duidelijk geen triviaal vermaak; het is meer dan een hedendaagse vorm van ‘oorlogje spelen’. Videogames hebben een vorm van realiteit die niet af te doen is als louter illusie. Deze spellen slagen er steeds beter in om je te laten vergeten dat zich tussen speler en dagelijkse realiteit een computer bevindt. Oorlogsspellen geven spelers de indruk dat wat ze meemaken echt is en echte oorlogssituaties geven militairen het idee dat ze in een videogame zijn beland.

Welke gevolgen heeft de versmelting van de virtuele omgeving van games met de werkelijkheid? Hoewel, werkelijkheid? De kritiek van het Amerikaanse leger op de laatste commerciële oorlogsspellen is dat de games geen rekening houden met de nieuwe omstandigheden waarin soldaten moeten opereren. Hoe onwaarschijnlijk dit ook mag klinken, het bezwaar van het Amerikaanse leger is dat er in videogames te véél oorlog wordt gevoerd. Een speler komt meer vijanden tegen dan in een normale oorlogssituatie. Bovendien schiet een speler te vaak en moet hij gebruikmaken van te veel verschillende wapens. Volgens het Amerikaanse leger moeten videogames de nadruk meer leggen op de context. Oorlogsspellen moeten meer rekening houden met de waarden en normen, de tradities en opvattingen van de mensen die in de gebieden wonen waar soldaten actief zijn. Kortom, een nieuwe generatie militairen en spelers moet vooral empathie tonen, kunnen communiceren met de bevolking en op de hoogte zijn van de opvattingen van de lokale bewoners.

Eén ding is dus duidelijk. Om als volwaardig militair subject te kunnen functioneren in een bestaande omgeving is een verdere disciplineren noodzakelijk. Full Spectrum Warrior en America’s Army zijn de eerste games die tegemoet komen aan de klacht van het Amerikaanse leger dat het wapen niet zonder wet kan. In deze games worden correctionele technieken gebruikt en moeten de spelers zich houden aan nader omschreven regels en normen. Deze worden geïnternaliseerd doordat spelers verplicht zijn verschillende trainingen te volgen.

We doden volgens strikte regels

Een belangrijk punt van kritiek van het Amerikaanse leger op de meeste commerciële spelletjes is het gebrek aan regels. Ook een virtuele wereld hoeft geen autonome vrijstaat te zijn. Luitenant kolonel Casey Wardynski legt uit waarom er in het spel America’s Army nauwkeurig omschreven regels van kracht zijn: “Het leger brengt mensen om het leven, maar men moet begrijpen dat we dat doen volgens strikte regels. Dit is niet het leger van Atilla de Hun. Er is geen ‘death match’ manier van spelen in America’s Army waarbij men alles kan doen wat men wil. Speelt men ons spel, dan verwachten we dat de spelers zich gedragen als soldaten, waarbij men taken uitvoert zoals soldaten het doen. Personen die dat bij herhaling niet kunnen, worden uitgesloten.”

Om te zorgen dat iedereen met dezelfde regels vecht in America’s Army, moeten alle kandidaatspelers eerst een uitgebreide training doorlopen voordat ze toegang krijgen tot het spel. Ze leren hoe ze met wapens moeten omgaan, hoe ze met elkaar kunnen communiceren en welke regels er gelden. Ze worden als het ware gedrild, gedisciplineerd om een volwaardige elitesoldaat te zijn.

De Franse filosoof Michel Foucault laat in zijn werk Discipline, toezicht en straf (1975) zien dat deze disciplineren niet zo onschuldig is als ze lijkt. In de disciplinaire maatschappij – die in de loop van de 18e eeuw is ontstaan – gaat men ervan uit dat het individu te veranderen is. Die mentaliteitsverandering zie je terug in de beeldvorming van de soldaat. In de zeventiende eeuw is de soldaat nog iemand die herkenbaar is aan zijn moed of vechtlust. Maar dat verandert vanaf de achttiende eeuw. Van een betekenisvol lichaam, dat daadkracht en eer uitstraalt, wordt het lichaam van de soldaat langzaam gereduceerd tot een radertje in de machinerie. De soldaat wordt gevormd door oefeningen, waarin hij leert zijn hoofd rechtop te houden, zijn rug te strekken en op een uniforme manier te bewegen. Door in de pas te lopen krijgt de soldaat een samenhangende identiteit aangemeten. Deze vorm van disciplineren komt trouwens niet alleen voor in legerkampen. De disciplinerings technieken worden ook toegepast in andere maatschappelijke instituten, zoals de gevangenis, het ziekenhuis, de school en het werk. Deze instellingen gebruiken inzichten uit de menswetenschappen om mensen optimaal in hun maatschappelijke omgeving te laten passen.

Virtuele gevangenis

Ook in het spel America’s Army worden de spelers gedrild tot het ideaalbeeld van een elitesoldaat. Om als nieuwe speler America’s Army op het internet te kunnen spelen, moet men zich eerst registreren. Nadat de registratie is voltooid, ondergaat de speler een uitgebreide training. Daarin worden hem de vaardigheden bijgebracht die nodig zijn om optimaal te kunnen functioneren in het nationale leger. Het trainingsprogramma is opgebouwd uit vier onderdelen: Rifle Range, Obstacle Course, US Weapons en Tactical Training. In deze onderdelen leert de gamer de betekenis van de verschillende signalen, die andere spelers in het team doorgeven. Ieder onderdeel van de training – de schietstand, het hindernissenparcours, de wapentechniek en het wapenonderhoud – moet succesvol worden afgelegd om over te gaan op een volgende oefening. Alleen

wie goed scoort op de training, mag de opleiding vervolgen.

Maar er is meer aan de hand. Iedere speler van America’s Army wordt geacht een uniform systeem van regels en voorschriften te kennen; de ‘rules of engagement’. Wat ogenschijnlijk puur entertainment is, is in werkelijkheid een systeem van nauwkeurig omschreven regels en straffen. De rules of engagement zijn gebaseerd op een puntensysteem. Het aantal punten dat een speler bezit, vormt het belangrijkste wapenfeit waarmee hij zich kan onderscheiden van andere spelers. Zo krijgt iedere speler bij aanvang van America’s Army tien punten. Na elke training of actiesessie worden zijn prestaties geregistreerd en opgeslagen in een persoonlijk rapport. Op het moment dat een speler ergens in uitblinkt, krijgt hij een hogere status in het team. Hoe hoger zijn status, hoe meer zeggenschap in het team en hoe belangrijker zijn rol in de operatie wordt. Behalve als verzameling voorschriften wordt dit regime ook gebruikt om handelingen te verbieden. Het is geen toeval dat de lijst van verboden handelingen – die leiden tot het aftrekken van punten – rechtstreeks geënt is op die in het Amerikaanse leger. De overtredingen van spelers worden zorgvuldig geregistreerd op hun persoonlijke kaart. De virtuele controle in America’s Army is onbegrensd. Elke handeling van iedere speler wordt vastgelegd en opgeslagen.

Als een speler de rules of engagement meerdere keren heeft overtreden, moet hij naar een virtuele representatie van een bestaande Amerikaanse militaire gevangenis: Ft. Leavenworth. Als een regel te vaak is overtreden, vindt de ultieme sanctie plaats. De toegang van de speler tot de officiële server van het spel wordt dan tijdelijk geblokkeerd. Bij herhaling wordt de speler verbannen. Hebben de sancties in videogames, los van hun symbolische betekenis, ook echt effect op het gedrag van de spelers? Veel spelers ervaren de straffen als triviaal. Het blijft immers mogelijk onder een andere naam op de officiële server in te loggen. Maar de consequentie is wel dat de speler zijn score niet mee kan nemen. Hij begint daardoor met een lage status en maakt minder kans om in een volgende sessie door andere spelers te worden uitgenodigd om online het spel te spelen. Kunnen we stellen dat de spelers zo geleidelijk een ‘positieve’ kennis wordt bijgebracht? In ieder geval blijken de regels en straffen hun zelfervaring even dwingend te bepalen als de trainingen waaraan zij worden onderworpen.

Strafpunten in de privésfeer

De training en het stelsel van regels en straffen zijn een vorm van socialisatie van de ‘virtuele soldaten’. Hun militaire zelfervaring verandert erdoor. Maar het lijkt erop dat de regels van het spel nog verder doorwerken dan alleen in de hearts and minds van de spelers. Ook in de dagelijkse werkelijkheid van mensen die nooit een wargame spelen sijpelt het puntensysteem door. Zijn de regels en straffen in de videogame een voorbode van een juridisch arsenaal van technieken, die ook in onze fysieke omgeving gaan doorwerken? Even terug naar Michel Foucault. De disciplinerende samenleving – waarin burgers volgens Foucault door normen worden gesocialiseerd tot goede burgers – is aan het veranderen. We bewegen ons naar een nieuwe organisatievorm die wel de controlemaatschappij wordt genoemd. De instituties – gevangenis, ziekenhuis, school, werk

- bereiden hun invloed uit naar het thuis van mensen, hun privé-leven. Een gevangene mag met een RFID-tag om zijn pols vrij rondlopen, door de thuiszorg hoeft iemand niet lang in het ziekenhuis te liggen en thuiswerken, ook na werktijd, wordt steeds gewoner. Maar het treffendst komt deze geleidelijke gedaantewisseling naar voren in het streven naar absolute veiligheid in de huidige maatschappij. Burgerrechten als privacy zijn ondergeschikt gemaakt aan (het gevoel van) veiligheid. De overheid krijgt steeds meer controle op het gedrag haar burgers. Niet meer via de instituten van school, het werk of het ziekenhuis, maar rechtstreeks op de persoon als méns. Het systeem waarin spelers worden waardeerd, gerangschikt en ingedeeld aan de hand van punten, krijgt dan ook een steeds bredere toepassing. Om te beginnen op het internet. De internationale handelsplaats eBay hanteert een puntensysteem om de aan- en verkoop van artikelen te reguleren. Door de anonimiteit van het internet wist je nooit of iemand te vertrouwen was. Het waarderingssysteem moet koper en verkoper voldoende informatie geven om te besluiten of ze met elkaar in zee willen gaan. Bij tien positieve commentaren krijgt een eBay-lid een gele ster, bij vijftig een donkerblauwe, etc. Een rode ster is de ultieme beloning en wordt behaald als er 100.000 positieve commentaren zijn geleverd. Zo blijven alleen betrouwbare partijen over.

Mensenrechten verdienen

Waartoe leidt het virtuele puntenstelsel in onze ‘objectieve’ werkelijkheid? Zien we bepaalde facetten uit de virtuele werkelijkheid al terug in de fysieke realiteit? Ja, ook in de dagelijkse realiteit is het puntendenken niet vreemd meer. In de strijd tegen het terrorisme, bijvoorbeeld. Enkele weken na de bomaanslagen op 7 juli 2005 in de Londense Underground, kondigde oud-premier Tony Blair aan dat Engeland het Europees Handvest voor de Grondrechten niet langer zal naleven. Lord Falconer – de minister van Justitie en hoofd van de Britse rechterlijke macht – deed er nog een schepje bovenop. Falconer verklaarde dat de mensenrechten niet boven de nationale veiligheid van Britse burgers mogen gaan. Anders gezegd, de rechten van verdachten mogen niet prevaleren boven die van mogelijke slachtoffers onder de Britse bevolking. Wanneer we de uitspraken van Blair en Falconer tot ons door laten dringen, leidt dit tot de verontrustende constatering dat wij niet langer worden geboren met fundamentele en onvervreembare rechten, zoals het recht op privacy. We kunnen niet zomaar aanspraak maken op een gelijke bescherming door de wet of het recht voor onschuldig te worden gehouden tot het tegendeel in een openbare rechtszitting is bewezen. Wij moeten de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens in de loop van ons leven verdienen. Door ‘goed gedrag’ te vertonen verwerven we meer rechten, ‘slecht gedrag’ wordt als het ware in mindering gebracht op onze universele rechten van de mens. In dit kader past ook de uitspraak van oud-minister van Volksgezondheid Hoogervorst. Hij vindt het niet vanzelfsprekend dat mensen die ‘ongezond leven’ gebruik kunnen maken van de gezondheidszorg: “Er bestaat niet zoiets als een recht op ongezond leven.” Met andere woorden: ongezond leven betekent straffpunten.

Game over

Zien we hier een andere invulling van aansprakelijkheid opkomen, een andere rechtspraktijk? Geïnspireerd op de videogame? Er zijn voorbeelden te over, maar laten we ons beperken tot enkele illustraties van de nieuwe manier waarop de overheid het gedrag van mensen beïnvloedt. In steeds meer landen wordt een puntenrijbewijs ingevoerd om het aantal verkeersongevallen te verminderen. In Nederland geldt het puntenrijbewijs vooralsnog alleen voor beginnende automobilisten. Niet alleen staat er in die landen een geldboete op te hard rijden of het rijden onder invloed, de overtreder krijgt ook straffpunten. Is de limiet bereikt, dan wordt het rijbewijs ingetrokken. Game Over!

In landen als de Verenigde Staten en Engeland is een systeem van kracht dat asielzoekers punten geeft op basis van hun kwalificaties, vaardigheden en arbeidsverleden. Hoe meer punten een asielzoeker bezit, hoe groter zijn kans op een verblijfsvergunning. Ten slotte geldt in het Amerikaanse recht dat elke derde overtreding – hoe miniem ook – automatisch tot een lange gevangenisstraf leidt. Three strikes, you’re out heet deze regeling. Is de notie van ‘three strikes, you’re out’ niet de ultieme vertaling van het spelletjesperspectief in de werkelijkheid, de militarisering van het leven?

Toch willen we met deze voorbeelden niet zeggen dat militaire technieken het leven volkomen beheersen en beheren. Het leven ontsnapt namelijk onophoudelijk aan regeltjes. De puntenstrategie maakt het wel mogelijk dat de overheid personen beter kan beheersen. Met straf en beloning wil de overheid onze ziel beïnvloeden. Dat is niets nieuws, maar tegenwoordig gebeurt het veel subtieler dan vroeger. In plaats dat mensen worden geboren met onvervreembare rechten, ontstaat er langzaam een stelsel van straffpunten dat is gekoppeld aan een niet omschreven aanname van wat goed gedrag is en wat fout.

Het leven als videogame... Vervagende grenzen tussen schijn en werkelijkheid, de aankondiging van een puntenstrafrecht en de omwenteling in het denken over aangeboren rechten zijn slechts de eerste concrete gestalten van uitstulpingen van een virtuele werkelijkheid in de ‘objectieve’ werkelijkheid. Game over, nog twee levens te gaan.

Lees verder

Dit artikel is verder uitgewerkt in ‘Mediapolis. Populaire cultuur en de stad’ van Alex de Jong & Marc Schuilenburg (Uitgeverij 010, Rotterdam, 2006).

Buffelen in de Nieuwe Media in Amsterdam

Mensen die in de nieuwe media werken, hopen vaak dat de volgende grote web-doorbraak op hun naam komt te staan. Ze behoren tot de ‘creatieve klasse’ en worden geacht de Amsterdamse binnenstad op te vrolijken door veel over straat te wandelen en ,s avonds hippe galeries te bevolken.

Auteur: Daniëlle van Diemen

Om te weten hoe het leven van webwerkers er in Amsterdam werkelijk uitziet, interviewden Danielle van Diemen en een collega 35 mannen en vrouwen tussen de 30 en 45 jaar die na hun opleiding uitsluitend voor het internet gewerkt hebben. Ze worden de voortrekkers van de 21e eeuw genoemd en zijn programmeur, interactiedesigner, grafisch ontwerper of doen content-creatie en projectmanagement. Een deel werkt freelance, een ander deel in loondienst en voor beide geldt dat hun contracten onzeker zijn en dat hun werk niet gebonden is aan tijd en plaats. Hoe gaan webwerkers om met de eeuwigdurende onzekerheid van het werken voor het internet? Daarvoor duiken we eerst in de geschiedenis van het internet.

Kunstacademie en cursussen

De meeste geïnterviewde webwerkers hebben geen specifieke opleiding in de nieuwe media gevolgd. Die bestonden nog niet toen het internet van militair en universitair netwerk uitgroeide tot massamedium. Veel webwerkers kwamen van de kunstacademie of hadden een taal gestudeerd. Informatica-studenten legden zich toe op programmeren voor het internet. Schrijvers pasten hun teksten aan voor het beeldscherm en regelneven werden projectmanager.

Terwijl het internet verder groeide werd duidelijk welke professionele kwaliteiten een webwerker nodig heeft voor een carrière in de nieuwe media. Het is belangrijk om een fascinatie voor het internet te hebben, niet bang te zijn voor verandering en continu te willen bijleren. Dus volgen zij een cursus op kosten van de baas of leren ze van hun collega’s. Freelance webwerkers vertrouwen vooral op hun netwerk van vrienden en voormalige collega’s om op de hoogte te blijven van de nieuwste ontwikkelingen. Mocht dat niet lukken dan is er altijd wel iemand online die advies kan geven. Er bestaat nog geen officieel opleidingsinstituut voor webwerkers, zoals die er zijn voor juristen, IT’ers of medici. De webcursussen die er in Nederland worden gegeven, zijn al verouderd op het moment dat ze worden aangeboden, vinden de webwerkers. Zo’n oordeel past in de webcultuur, waar men altijd op zoek is naar de new new thing. Dus als het gerucht gaat dat er in de VS of in Japan een goede cursus wordt gegeven, vliegt de webwerker daar, liefst groepsgewijs, naar toe. Hiervoor moet je echter wel het netwerk en het geld hebben. Voor het runnen van een eigen bedrijf (wat freelancers doen) is specifieke kennis nodig. Zoals het voeren van een boekhouding, marketing en soms personeelszaken. De meeste freelancers zijn professionals en goed in hun vakgebied. Zij jongleren met de managementtaken waar ze in hun opleiding weinig over hebben geleerd. Hun boekhouding wordt meestal uitbesteed en ze werken samen met vrienden en kennissen die allemaal in dezelfde levensfase zitten. Dat wil zeggen, onder de 35, geen kinderen en wonend in de ,creatieve stad’. Oudere

webwerkers, de veertigplussers, hebben gemerkt dat een nieuwe techniek niet altijd een betere techniek is. De internettechniek vernieuwt zich echter continue en dit kan voor de oudere webwerkers bedreigend zijn. “Hoe werkt AJAX?” en “Zal video echt belangrijk worden op de mobiel?”, vragen zij zich af. Zij focussen zich op wat ze goed kunnen en laten aanpalende disciplines schieten. Deze groep maakt zich zorgen over hun financiële toekomst. Vooral als ze denken aan een verslechterende gezondheid. “Ik weet eigenlijk niet hoe het zal gaan, want ik heb een lekkende hartklep.” Maar telkens is er wel een nieuw project waarop ze zich storten en dan stellen ze hun zorgen maar weer uit.

Hoge werkdruk en constante vernieuwing

Tien jaar geleden was iedereen enthousiast over internet en heerste het gevoel dat alles mogelijk was. Iemand die voor het web werkte, kon creatief zijn en zijn eigen werkprocessen bedenken – zo was het idee. Inmiddels is de blik op de branche reëler geworden. De meeste web-ideeën bleken te complex om uit te voeren en er kwamen managers die de werkprocessen professionaliseerden. Ook is er een onderscheid ontstaan tussen onderzoek, concept, ontwerp, productie en ,uitrol’. Webwerk wordt nu dus minder gehypet, maar internet als medium is nog steeds niet ‘af’. Onder webwerkers leeft het gevoel dat ze deel zijn van een zich langzaam voltrekkende revolutie. Ze hopen dat zij de pioniers zijn van een nieuwe ontwikkeling.

De werkdruk in de nieuwe media sector is hoog. De projecten moeten liefst gisteren af zijn en naast het werk moeten de webwerkers op de hoogte blijven van de laatste technische- en ontwerpontwikkelingen. Het projectmanagement is een heikele klus. “Ik werk met een strak tijdschema en het is heel moeilijk om niet uit te lopen. Als er een over zijn uren heengaat, zitten de anderen te wachten.” Zo vertelt de eigenaar van een nieuwe media studio die zelf het projectmanagement doet.

Ondertussen is er ook routinematig webwerk ontstaan dat in lagelonenlanden wordt uitgevoerd, zoals het vullen van databases met gegevens over producten en consumenten. De webwerkers die wij spraken, zijn op een ander niveau bezig. Zij worden geacht hooggeschoold te zijn en creatief werk te leveren, volgens de laatste trends en op het gevraagde moment.

Mondiale webcultuur en Amsterdam

De techniek van internet en het dagelijks leven beïnvloeden elkaar wederzijds. Dagelijkse activiteiten worden naar internettechniek vertaald en deze nieuwe software maakt nieuwe internetdiensten mogelijk. Denk aan winkelen, gamen, onderzoek doen, nieuwe contacten leggen, samenwerken, reizen boeken, informatie opzoeken, elkaar troosten, foto’s en video’s vertonen en ga zo maar door. De laatste belangrijke ontwikkeling is dat deze internetdiensten ook mobiel, en dus overal, te gebruiken zijn. Het gevolg is dat de plek waar je je als persoon bevindt, minder belangrijk wordt. Steeds vaker communiceren we met iemand zonder te weten waar die is. Dit geldt in toenemende mate ook voor de webwerkers. Zij werken in teams van zes à twaalf mensen op verschillende plekken in de

wereld aan techniek, interactie-design, het grafisch ontwerp, de content creatie en het projectmanagement. De teamleden werken freelance of in loondienst, vanuit huis of in het gebouw van een groot webbureau. Maar ze doen allen hetzelfde soort werk en bevinden zich in dezelfde mondiale, Westerse webcultuur. Voor sommigen heeft werken voor het web iets anarchistisch “Ik maak graag deel uit van de internetgemeenschap, want het is een gemeenschap zonder overheid.” Dit klopt echter maar ten dele want opdrachtgevers van webprojecten houden zich aan overheidsregels en (commerciële) wetten en stellen harde eisen aan wat er over hen gecommuniceerd mag worden. De webwerkers hebben dus maar een beperkte uitingsvrijheid.

Amsterdam in de mondiale webcultuur

De Amsterdamse ontwerpers en marketeers zien trends op straat en verspreiden deze via het Internet terwijl de bewoners van Amsterdam weer trends van elders via het internet oppikken. “Als ik even klaar ben met werken, ga ik een bagel eten en naar Aboriginal art kijken.” Amsterdam heeft door de belangrijke internetverbindingen die er na de Tweede Wereldoorlog zijn aangelegd en de overal beschikbare bandbreedte, een belangrijke plaats in de mondiale webcultuur. Andere belangrijke plekken zijn Londen, Zuid-Korea, Melbourne, Scandinavië en San Francisco.

Opdrachtgevers en wensen: meer creativiteit!

De meeste freelance webwerkers werken langere tijd voor een of twee vaste opdrachtgevers om de huur van hun appartement en van hun studio te kunnen betalen. Daarnaast werken zij voor verschillende andere, kleinere opdrachtgevers. Soms gratis als vrienden-dienst of voor een zaak waar ze mee begaan zijn. De meest aantrekkelijke opdrachtgevers zijn de seks-, gok- of tabakbranche. Zij mogen niet functioneren of adverteren in de echte wereld en investeren flink in diensten en promotie op Internet. Zij betalen over het algemeen goed en geven de webwerkers veel creatieve vrijheid. Creatieve vrijheid is een groot goed voor webwerkers. Als ze die hebben kunnen ze experimenteren met nieuwe technieken en content die ze later in kunnen zetten voor gevestigde opdrachtgevers als banken en reisbureaus.

Opdrachtgevers uit de culturele sector en de overheid hebben een groot aantal opdrachten te vergeven maar geven de webwerkers weinig creatieve vrijheid. De webwerker dient rekening te houden met de huisstijl, de interne werkprocessen van de opdrachtgever en ook het eindproduct, de website, dient door vele organisatie-lagen goedgekeurd te worden (“vergaderen!”). De professionele reclamebureaus becommenten zich juist om het inzetten van de meest recente technieken. Om voor deze bureaus te werken dien je dus goed op de hoogte te zijn van het nieuwste van het nieuwste op trend- en technologiegebied.

Alle geïnterviewde webwerkers werken naast hun betaalde werk aan eigen projecten. Sommigen doen dat na werktijd, anderen nemen een tijdje vrij. “Ik neem vrij van mijn werk bij het reclamebureau om een visuele

taal ontwikkelen, zodat mensen informatie beter of anders tot zich kunnen nemen.” Vele webwerkers ervaren een constante spanning tussen het werken aan eigen projecten, het bijleren van nieuwe dingen en het uitvoeren van betaalde opdrachten.

Verdiensten en werktijden

Voor de webwerkers geldt steeds opnieuw: wat wordt mijn nieuwe project? Terwijl webwerkers in loondienst door hun manager op een project worden gezet, mogen freelancers zelf kiezen met wie ze in zee gaan voor een project. Ook staan zij regelmatig voor de keuze: “Ga ik een weekend naar Parijs om 1000 euro uit te geven of ga ik een weekend doorwerken om 1000 euro te verdienen?” Velen leven van project naar project en durven niet op vakantie te gaan (of niet lang) uit angst contacten of projecten mis te lopen. Onder hen verdienen sommigen in korte tijd grote bedragen; de databaseprogrammeurs en interactieontwerpers. Anderen sappelen voor een jaarsalaris dat lager ligt dan een uitkering, dat zijn de kunstenaars.

Het gemiddelde jaarsalaris ligt echter rond de 30.000 euro. Als je beseft dat webwerk ingewikkeld, hooggeschoold werk is, is een gemiddeld jaarsalaris van 30.000 euro niet veel. Ter vergelijking: WO- en HBO-afgestudeerden met enkele jaren werkervaring verdienen in 2006 gemiddeld 45.000 – 60.000 euro per jaar. De freelancers met specifieke veelgevraagde skills als programmeren en (interactie) ontwerp verdienen meer dan gemiddeld; tussen de 70.000 en 90.000 euro per jaar. De kunstenaars rond de 10.000 euro per jaar. De tekstschrijvers zitten tussen de 20.000 en 30.000 euro per jaar. Hoeveel uur werken webwerkers voor dat salaris? Webwerkers in loondienst werken zo’n dertig tot vijftig uur per week, terwijl freelancers vaak voor een klus ook ’s avonds en in het weekend doorwerken. Omdat iedereen graag een opdracht binnenhaalt wordt er geconcentreerd met de opleverdatum en ontstaan er daardoor soms “boulimische arbeidspatronen”. Dit betekent honderd uur per week werken of, zonder slaap, net zo lang doorgaan totdat de klus af is om daarna twee weken lang niets te doen. Tot laat doorwerken of juist heel vroeg beginnen hoort sowieso bij de cultuur van de webwerkers. De opdrachtgevers, vrienden en collega’s maakt het niet uit waar je je bevindt. Ook op kantoor kan er tot laat doorgewerkt worden en er is altijd wel iemand online om je gezelschap te houden tijdens het werk achter de computer.

De toekomst: 35-plus en kinderen krijgen

Er is een tendens bij web- en reclamebureaus om vooral mensen tot 35 jaar in dienst te hebben. Daarna is het up or out; je wordt hoofd van een afdeling of je vertrekt en begint voor jezelf. De webwerkers in loondienst zijn het beste af als je kijkt naar betaling en arbeidsvoorwaarden. Zij beseffen echter dat ze niet de rest van hun leven bij dezelfde werkgever zullen blijven. Er bestaat bij hen geen duidelijk beeld van hoe hun leven er later uit zal zien. Er zijn weinig rolmodellen, de branche is simpelweg te jong.

Het wel of niet stichten van een gezin is voor de meeste van de ondervraagde webwerkers een groot vraagteken. Ze hebben het krijgen van kinderen vaak

al een paar jaar uitgesteld en zij wachten op een rustige periode in hun werk. Vooral vrouwen hebben geen idee hoe ze het freelancebestaan en het grootbrengen van een kind gaan combineren. Sommigen proberen het gewoon. Anderen ijveren voor een gebouw waar webwerkers samenwerken en de kinderen naar een crèche kunnen, die altijd open is. In Amsterdam is zo’n ‘webwerkverzamelgebouw’ er nog niet, maar afgaande op de onafhankelijkheid en innovatiekracht die de webwerkers tot nu toe hebben getoond, zou zo’n gebouw er over een paar jaar wel kunnen staan.

Bijna niemand van de freelancers overweegt om (weer) in loondienst te gaan. De vrijheid om opdrachten wel of niet aan te nemen en de vrijheid om te kiezen met wie je samenwerkt, zijn hen te veel waard. “Ik voel me als freelancer vaak een beetje versnipperd, maar om nou bij een bedrijf te werken en dan met collega’s de hele tijd over de vakantie en de verbouwing te praten, nou nee.” Het werken in loondienst biedt overigens ook niet veel zekerheid want velen worden na enkele halfjaarcontracten weer ontslagen.

Drijfveer? Stiekeme hoop...

Om nieuwe opdrachten te verwerven en de laatste ontwikkelingen te volgen is het voor alle webwerkers belangrijk om naar borrels en bijeenkomsten te gaan. Deze worden meest op doordeweekse dagen gehouden en bestaan uit lezingen en presentaties van projecten van andere webwerkers. Voor velen is dit een leuk, speels onderdeel van hun werk. Hier ontstaan de informele netwerken die zo belangrijk zijn voor het voortbestaan van de carrière als webwerker. Voor degenen die verlegen zijn, geen alcohol drinken of vroeg naar huis moeten om voor kinderen te zorgen kan een borrel echter ook een beproeving zijn. Maar, you are only as good as your last project en als je als freelancer eens een andere weg in wilt slaan, moet je materiaal kunnen laten zien aan bekenden en een potentiële nieuwe opdrachtgever. Borrels en bijeenkomsten zijn daarvoor de uitgelezen plekken.

De meeste freelancers leven in constante financiële onzekerheid. De Nederlandse verzorgingsstaat speelt maar mondjesmaat in op de nieuwe werkers. Maar, er komt langzamerhand meer flexibiliteit in het runnen van een eigen bedrijf alsmede particuliere verzekeringen tegen ziektekosten en arbeidsongeschiktheid. Zwangerschap wordt sinds kort ook voor zelfstandigen gezien als arbeidsongeschiktheid en is daarmee verzekerd voor vrouwelijke webwerkers. Tegen werkloosheid kan een freelancer zich niet verzekeren en ook een pensioen moet uit eigen zak komen.

Het werk in de nieuwemediabranche blijft zich ontwikkelen, ook in Amsterdam. De mensen die in de nieuwe media werken, zijn over het algemeen zeer enthousiast over het vakgebied en nemen de (financiële) onzekerheid op de koop toe. Het gegeven dat het internet als medium en als techniek nog volop in ontwikkeling is, werkt als motor voor de mensen die er in werken. Sommigen hebben hun collega’s of bazen miljonair zien worden. Met de stiekeme hoop zelf ook ooit op het grote geld te zitten, buffelt men voort. “Waar zie je jezelf over vijf jaar?”, vroegen we. “Met het hele bedrijf op Bora-Bora!”, was het antwoord. De droom om miljonair te worden, het horen bij de groep hippe webwerkers en een aanhoudende honger naar nieuwe technieken en projecten,

kenmerkt de nieuwe media branche én de webwerkers die er in overleven.

Lees verder

www.bright.nl
www.freelancefridays.nl
www.happyvpro.nl
www.exlostboys.com
www.nvj.nl/vacatures

Iedereen publicist! Dag journalist?

‘You’. Het weekblad Time verklaarde u tot ‘Person of the Year 2006’. Omdat we met ons allen zo invloedrijk zijn op internet. De macht van de pen is aan het volk. Kan de journalist het schudden? Peter Olsthoorn, internetjournalist van de oude stempel verwijst alle eer voor ‘you’ gedeceideerd naar de prullenbak. Maar diezelfde ‘you’ was wel goed voor een flinke identiteitscrisis in de ‘echte’ journalistiek. In het tweede deel van dit artikel verkent Olsthoorn wat het in de praktijk betekent als je journalisten en bloggers op een hoop gooit. Heeft een burgerjournalist zich aan de journalistieke mores te houden? Is een website verantwoordelijk voor de woorden van ‘reaguurders’? Mag een blogger zijn bronnen beschermen?

Auteur: Peter Olsthoorn

Elk jaar kiest het weekblad Time een Person of the Year, de persoon die zijn stempel op dat jaar heeft gedrukt. En in 2006 werd dat ‘you’, u allemaal. Of om precies te zijn; iedereen die wat op internet publiceert. De hoofdredacteur van Time verklaart de keuze: „Omdat ‘you’ de aard van het informatietijdperk verandert, omdat ‘your’ user generated content zowel de kunst, de politiek als de handel verandert, omdat ‘you’ een betrokken burger bent in een nieuwe digitale democratie. Persoonlijke verslaggeving van de strijd in Bagdad, beelden van de aanslag in de London Underground en de honderdduizenden individuele ontboezemingen van hoop, poëzie en egotripperij. Internet, het nieuwe mondiale zenuwstelsel, heeft de manier waarop we de wereld zien, veranderd.“

De Time-baas was zijn strooptocht naar de ‘Person of the Year’ begonnen met een video op YouTube. Daarin vroeg hij om nominaties voor zijn jaarlijkse - nog steeds prestigieuze – prijs. De meeste nominaties van het publiek gingen naar de oprichters van YouTube. Wat een verrassing! Hoe radeloos en redeloos moet je zijn om nominaties te halen bij YouTube, vervolgens te constateren dat de oprichters van YouTube de meeste stemmen krijgen, om in arren moede dan vervolgens maar de hele klandizie van de videosite plús alle andere webpublicisten tot ‘Person of the Year’ te bombarderen?

Uitverkoren

Niet zelden betekende een verkiezing door Time overigens het startschot van een neergang van de uitverkorene: in 2003 was ‘The American Soldier’ Time’s Person. Drie jaar later weten we allemaal hoe gerechtvaardigd die keuze is geweest. Net als de keuze voor Bush in 2004. Dat is een schrale troost voor mensen als ondergetekende die het niet eens zijn met alle eer voor ‘you’. De uitverkiezing is trouwens niet perse een compliment, als je het rijtje ‘winnaars’ eens naloopt. Eind vorige eeuw raakte Time al zo overweldigd door het internet dat Amazon-oprichter Jeff Bezos tot meest invloedrijke persoon werd gekozen. Joseph Stalin is maar liefst twee keer tot Time’s Person gekozen en in 1938 stond Adolf Hitler op de cover. Maar goed, ‘you’ dus, en iedereen die een videocamera kan vasthouden of zinnen met hoofdletter en punt kan schrijven - of zonder, wat maakt het uit - is uitverkoren. En jullie zijn er maar wat blij mee: spoedig na de bekendmaking waren er al 2,8 miljoen blogpublicaties over de uitverkiezing.

Wereldproblemen

Ze vormen volgens Time de nieuwe democratische orde; de stemmen van

het volk die nu en masse gehoord worden. Maar hoe dan, waar? Waren blogs ook maar enigszins van invloed op het inzicht over de oorlog in Irak? Is de oorlog in Darfur ermee opgelost, behalve dat VN-gezant Jan Pronk in zijn blog te loslippig was en het land werd uitgestuurd? Welke oplossing van ook maar welk wereldprobleem is dichterbij gebracht met al die miljoenen filmpjes en postings?

En in eigen land: heeft de publicatiemacht van het volk iets teweeg gebracht in de democratie? Zijn de veertig procent besluitelozen geholpen met het gekakel op profielsites en met de video-filmpjes? Of kwam het stemvee louter naar internet voor de gewone nieuwsstroom en om de toevlucht te nemen tot de beroerde, archaïsche Stemmijzer? En hebben de bloggers ons vóór de verkiezingen gewaarschuwd voor het gewelddadige gedrag van Tweede Kamerlid Dion - ik ga strijden tegen onfatsoen en hufterigheid – Graus? De onthulling kwam van de ‘traditionele’ journalisten, de bloggers namen het bericht maar al te graag over.

Internet als heilstaat

Nee, mijnheer Time, deze prijs voor ‘you’ is even misplaatst als gemakzuchtig. Als ik me aangesproken zou voelen, zou ik uw prijs beslist weigeren. Toegegeven, ik maak onderdeel uit van de journalistieke elite die bij uitstek een doelwit is van de publicerende massa met haar ‘burgerjournalisten’. Dus mijn badinerende woorden kun je beschouwen als Pavlov-reactie op een bedreiging: „mijnheer verliest macht en probeer het niet-meer-te-keren-tij te negeren.“ Weldra komt de vloed ook over mij heen.

Dus enige nuancering is op zijn plaats. Waar sta ik? Eerst wat duiding: in het internet van de vorige eeuw verliepen discussies via ‘mailing lists’. Ik had er regelmatig aanvaringen met een collega-internetjournalist. In zo’n discussie noemde hij internet een perfecte vorm van socialisme. Nu had ik net in het decennium daarvóór met eigen ogen gezien hoe het streven naar een perfecte vorm van socialisme in het Oostblok was uitgepakt. De fabrieken in Polen, de heftige discussies in de Hongaarse politiek, de fluwelen revolutie in Praag, de harde en verraderlijke opstand in Roemenië en de maffia in de Oekraïne hadden me geleerd dat aanhoudende collectiviteit uiteindelijk niet het beste in mensen naar boven haalt. Zeker niet als mensen hun tomeloze eigen belang gesteund weten door een totalitair systeem. Het was dus niet moeilijk om het beeld van internet als socialistische heilstaat van tafel te vegen. Zo denk ik er nog steeds over: internet heeft geweldige mogelijkheden voor communicatie en publicatie, maar het medium brengt de heilstaat niet naderbij.

Geeltje op een website

Maar ik ben geen doemdenker, zoals andere collega’s, die het internetkind met het vertroebelde badwater willen wegspoelen. Internet is een uniek medium om tenminste drie vernieuwingen:

- * het bundelt alle vormen van communicatie en publicatie, van de briefwisseling en het geschreven artikel tot en met de tv, mobiele telefoon en zelfs voertuigen;
- * internet vormt - anders dan alle media - een gigantisch archief. En als het aan de dictaturen en politie zou liggen krijgen niet alleen publicaties een plek in dat archief, maar ook de onderlinge communicatie tussen internetters;
- * internet verlaagt drempels om te publiceren en te communiceren. In

principe kan iedereen meedoen; van het helpen van mensen in nood tot en met het kielhalen van personen of het verbreiden van een humoristisch filmpje. Eind 20ste eeuw kon dit ook al, maar met de uitvindingen van nieuwe software voor publicatie ‘door iedereen’ kwam de hausse van de ‘user generated content’; Flickr voor de foto’s, YouTube voor video en Myspace en Hyves voor profielen en contacten, Skype en MSN voor nieuwe bel- en chatvormen. Dankzij deze technologie kan iedereen meedoen.

Ik verwacht tussen 2007 en 2012 een golf van nieuwe communicatie- en publicatietechnologie. De voorbodes daarvan zijn Twitter waarmee je elkaar via het web en sms de hele dag door op de hoogte kunt houden (van niets), het door eBay gekochte StumbleUpon (duim omhoog/omlaag voor websites die je al surfend passeert) en het Nederlandse Fleck (plak een virtueel geeltje met je persoonlijke aantekeningen op andermans website).

Weblogs vanuit techniek

Het fenomeen weblog illustreert het best hoe ‘web 2.0’ kon ontstaan dankzij de sociale software. Al vanaf 1995 boden internetproviders hun abonnees persoonlijke homepages aan. Slechts weinigen maakten er gebruik, want de meesten konden inhoudelijk niet overweg met de menustructuur, de architectuur van een website. Bovendien was het technisch niet eenvoudig om te publiceren met het ftp-protocol. Weblogsoftware verlaagde beide drempels aanzienlijk: dankzij nieuwe software kon iedereen zonder veel omhaal direct foto’s, teksten of filmpjes op het web publiceren. En het chronologisch stapelen van stukjes was een stuk eenvoudiger dan een menustructuur. De weblogrevolutie is niet op de eerste plaats te danken aan de inhoud, maar meer aan over de techniek die het medium democratiseerde. Als derde vernieuwende technische factor kwam er nog bij dat iedereen op web 2.0 kan reageren op artikelen. Onder elk stuk staat een eigen ingezonden brievenrubriek; eenrichtingsverkeer werd tweerichtingsverkeer. Het niveau van de reacties is natuurlijk vaak bedenkelijk. Het is jammer dat er nog niet genoeg mogelijkheden zijn om reacties op relevantie te selecteren.

Burgerblogger

De volgende vraag is of de technologie die aan de weblog ten grondslag ligt, journalistiek ook meerwaarde heeft. Snel kunnen publiceren is een pré en ook de toevoeging van reacties onder een artikel kan een extra zijn, in vergelijking met de krant. Maar het is niet persé zo dat snelheid en chronologisch artikelen en reacties stapelen meer diepgang brengt. Weblogs hebben wel bijgedragen aan de journalistiek, maar meer met analyse en meningsvorming dan met nieuwe feiten. Ook de beeldende ‘burgerjournalistiek’ is naar mijn onbescheiden mening nog weinig relevant geweest. Natuurlijk, er is de foto met veel rook in een metro in Londen na de aanslagen. En ook het filmpje van een schijnbaar solide fiets-slot dat met een Bic balpen te openen is, wordt keer op keer opgevoerd als bewijsmateriaal van de aanhangers van de invloed van weblogs. Fabrikant Kryptonite moest weliswaar miljoenen sloten terughalen, maar één zwaluw maakt geen lente. Iemand die een reisite opent is nog geen goed reisbureau; een amateur die woningen aanbiedt is nog geen makelaar en maar een klein deel van de amateurs met een filmcamera heeft een journalistiek verhaal te vertellen.

Entertainmentfactor

Op internet telt veel minder dan in andere media of nieuws ‘relevant’ is. Consumenten bepalen steeds meer zelf wat nieuwswaarde heeft. Het rechtstreekse gevolg daarvan is dat amusementsfactor flink is gegroeid. Die ‘X-factor’ van journalistiek bepaalt ook of een weblog naar je reportage of artikel linkt. In die zin hebben weblogs wel een grote invloed: een link in een populaire weblog brengt je in een klap bovenaan in de zoekresultaten van Google. Bloggers linken graag naar een artikel met de x-factor: dat wil zeggen het onderscheidende, bijzondere, appelerende. En daardoor zie je dat ook de journalistiek steeds vaker voor minder serieuze onderwerpen kiest. Kijk maar naar krantenbijlagen als Leven etcetera (NRC) en De Verleiding (Volkskrant) en politici die op tv flirten met programma’s als RTL Boulevard. Ook nog een positief puntje over het fenomeen blog: journalisten beseffen meer dan ooit dat ze voor hun succes afhankelijk zijn van een publiek. En van die nieuwe krantenjongen; de weblog. Dit doet hopelijk afbreuk aan de arrogantie die een flink deel van de journalisten eigen is.

Wiki’s voor gelijken

Veel positiever dan over blogs denk ik over wiki’s, bijvoorbeeld om samen te schrijven aan een wereldwijde encyclopedie: Wikipedia. De schrijvers kunnen elkaar voortdurend verbeteren en aanvullen; de wijzigingen zijn ook transparant. De eenheid van ‘artikel’ blijft ook redelijk gehandhaafd, hoewel de tekst soms wat te lijden heeft onder alle wijzigingen. Ik vind Wikipedia geweldig vanwege de inhoud maar ook als online bewijs van de goede kant van de mensheid; ik zou het bijna ideaal socialisme willen noemen... Ik vraag me af waarom ik nog geen wiki-journalistiek ben begonnen op m’n website www.netkwesties.nl. Het is ideaal; de beste manier om deskundigheid van buiten in je publicatie te brengen - zonder in interviewen te hoeven vervallen. De rol van de journalist in een wiki? Die kan met het publiceren in een sociaal verband als de wiki de ‘primus inter pares’ zijn, de eerste onder zijn gelijken. Ik ben ervan overtuigd dat daar in de toekomst een belangrijke rol ligt voor de journalistiek: de journalist wordt een slimme debatleider in een netwerk van deskundigen en amateurs. In de geschreven journalistiek ligt dit overigens eenvoudiger dan in de audiovisuele verslaggeverij. Ik moet nog zien hoe een video technisch en inhoudelijk gestalte kan krijgen in een wiki. Samen documentaires maken lijkt me een geweldige uitdaging, maar is dat haalbaar zonder dat het een chaos wordt?

Identiteitscrisis bij journalisten

De komst van de blogosfeer (het totaal aan weblogs) heeft een probleem opgevoerd voor journalisten. Wie is er wel of niet journalist? Het lijkt misschien een definitiekwestie maar het maakt wel degelijk een verschil. Want hoe zit het met de rechten en plichten als iedereen zich als journalist gedraagt? De professionele journalistiek is ‘onderworpen’ aan de Raad voor de Journalistiek, aan een redactiestatut en het vak brengt bepaalde rechten met zich mee. En journalisten mogen, onder voorwaarden, hun bronnen beschermen. Gelden de gedragscodes voor een betrouwbare journalist ook voor de blogger?

GeenStijl op het matje geroepen

Veel beroepsgroepen hebben hun eigen tucht- en klachtensysteem. Zo zorgen ze voor zelfregulering, zonder dat de overheid of de rechter er aan te pas moeten komen. De Raad voor de Journalistiek heeft het probleem dat iedereen mag publiceren en dat de Raad alleen invloed heeft op de instanties die haar erkennen én haar oordeel accepteren. Ieder ander kan een berisping gewoon naast zich neerleggen. Ze ondervinden hoogstens wat naamschade door de publicatie van hun veroordeling op www.rvdj.nl. De Raad voor de Journalistiek worstelt nog met de grensverschuivingen van de webjournalistiek. Er komen af en toe wat klachten binnen over een website of blog, maar een hoop weblogs erkennen de Raad niet. GeenStijl noemt het orgaan bijvoorbeeld een wassen neus en liet verstek gaan toen de site voor de Raad werd gedaagd vanwege de publicatie van een sinister filmpje dat is gemaakt vlak na de moord op Pascal Triep in Den Haag. In een totaalslot zie je hoe het slachtoffer bezwijkt aan zijn verwondingen terwijl familieleden van de verdachte moordenaar en burens niet van hun plaats komen. ‘Reaguurders’ op GeenStijl herkenden de familie en noemden hen bij naam en toenaam. Dat is een schending van de privacy, vindt hun advocaat. In combinatie met de laster, smaad en (doods)bedreigingen van reaguurders vormt dit een ontoelaatbare intimidatie, volgens de advocaat. De advocaat stelt GeenStijl verantwoordelijk, omdat die site de mogelijkheid heeft geboden om anoniem te reageren. Makers van publicaties zijn, meent hij, ook aansprakelijk voor reacties van lezers op hun site. Dat vindt ook de Raad voor de Journalistiek, bleek bij een uitspraak over de site www.klokenluideronline.nl.

GeenStijl-verslaggever ‘Rutger’ trekt zich weinig aan van de ‘dagvaarding’ van de Raad. Hij zegt dat de Raad er is voor journalistieke media als “RTL, SBS en De Telegraaf”, niet voor een weblog als GeenStijl. „Wij willen een echte rechter!“ En die krijgen ze ook. De advocaat heeft inmiddels ook bij het Openbaar Ministerie aangifte gedaan tegen GeenStijl. Overigens is ook het Algemeen Dagblad gedaagd. Het AD is overigens wel voor de Raad voor de Journalistiek verschenen, er is op het moment van schrijven nog geen uitspraak bekend.

Het kwaakt als een eend

Moet de Raad zich eigenlijk wel met de ‘prettig gestoorde onzin’ van GeenStijl bemoeien? Heeft het zin om klachten in behandeling te nemen van bezoekers van weblogs en sites (in dit geval GeenStijl) die de Raad niet erkennen? De Raad kan, net als bij de veroordeling van Klokkenluider.nl, een klacht in behandeling nemen vanwege het publiek belang en de openbare normering van de beroepsgroep. Het maakt niet uit of de aangeklaagde de Raad erkent. De uitspraak schept als het ware een precedent. Maar wat zijn de grenzen? Wanneer is een klacht gegrond. Als de buurman je in zijn weblog beschimpt? Er is net zo veel voor te zeggen om weblogs met rust te laten. Dan oordeelt de Raad alleen klachten over redacties die vrijwillig meedoen aan deze, zelfregulering“. Henk Blanken, adjunct-hoofdredacteur van het Dagblad van het Noorden en verklaard voorstander van de nieuwe (burger)journalistiek, vindt dat de Raad klachten tegen GeenStijl juist wel in behandeling moet nemen: „Als het kwaakt als een eend, loopt als een eend

en fladdert als een eend, zal het waarschijnlijk een eend zijn.“ Maar Blanken twijfelt ook: „Soms vraag ik me wel af hoe we GeenStijl dan wel moeten zien als het geen journalistiek is. Als amusement misschien? Uiteindelijk stelt de wet grenzen voor iedereen, en daaraan houdt GeenStijl zich meestal.“

Elsbeth Polak is advocaat en verdedigde veel zaken in journalistiek. Ze ziet geen taak voor de Raad bij blogs. „Als klager heb je meer aan een vonnis van de burgerlijke rechter met een dwangsom dan aan een berisping van de Raad.“ Een laagdrempelige ombudsman voor de media zou een uitkomst zijn. Zowel minister Plasterk van Cultuur als een onderzoekscommissie onder leiding van professor Dommering vinden het hoog tijd voor zo’n ombudsman. Ze hebben wel allebei zo hun eigen invulling voor de autoriteit, maar dat hou je.

Oude en nieuwe mores

De Raad voor de Journalistiek publiceerde in april 2007 een leidraad met normen die journalisten in acht moeten nemen en waarop ze beoordeeld worden in klachtprocedures. Henk Blanken uitte scherpe kritiek op de leidraad omdat er maar weinig aandacht was voor internetjournalistiek. Hij meent dat wat niet-professionele journalisten op internet publiceren ook journalistieke normering verdient: „Burgers maken hun eigen nieuws als amateur, onbetaald en met een zeker begrip van de spelregels uit de ‘officiële journalistiek’. Ze snappen ook wel dat je als bloggende burger serieuzer wordt genomen wanneer je de waarheid niet al te veel geweld aandoet.“ Daphne Koe-ne, secretaris van de Raad van de Journalistiek: „We zijn er nog niet uit. Dit is geen definitieve leidraad, we passen ‘m jaarlijks aan. We zullen in de praktijk moeten uitvinden wat het werkkterrein van de Raad is.“

Keurmerk in wording

De ‘mores’ van de oude media kun je volgens Blanken vaak wel vertalen naar de nieuwe media, maar niet altijd. Dat geldt bijvoorbeeld bij anonimiteit. Blanken vindt anonimiteit op internet geoorloofd, maar in de krant niet. En hoe zit dat met de advertorial? Er zijn maar weinig teksten op internet voorzien van de disclaimer: [dit is een ingezonden mededeling]. De grenzen tussen commerciële en niet-commerciële informatie wordt op internet steeds schimmiger. Daarom is het tijd voor een redactiestatuut 2.0, om het populair te zeggen. Het oude ‘redactiestatuut’ is meestal een afspraak tussen de redactie en de uitgever om de onafhankelijkheid van de redactie te garanderen. Met het statuut kan de redactie zich weren tegen ongewenste commerciële invloeden en belangen, ook die van de uitgever zelf. Volgens eerder genoemde advocaat Elsbeth Polak is een webredactiestatuut op internet niet nodig omdat de positie van uitgever en redactie vaak samenvallen. Maar volgens anderen is er juist een grote behoefte aan een redactiestatuut op internet omdat het nu op de meeste sites onduidelijk of het nieuws onafhankelijk wordt gebracht. Hoe weten lezers en kijkers op internet wie de afzender is, en wat hun belangen zijn? Het is belangrijk dat surfers het verschil tussen reclame en onafhankelijke berichten kunnen zien. Een redactiestatuut kan daar helderheid in verschaffen. Bovendien zeg je met een statuut iets over de kwaliteitsnormen die je hanteert. Overigens, er bestaat al zo’n ‘webstatuut’ van de Nederlandse Vereni-

ging van Journalisten (NVJ), maar het wordt nauwelijks door websites gebruikt en zeker niet door weblogs. Om toch onderscheid te kunnen maken tussen tendentieuze ongein en serieuze journalistiek, wil de NVJ een logo maken. Een keurmerk, dat aangeeft dat een website de journalistiek beginselen onderschrijft en onafhankelijk is.

Laster op internet, zwijgrecht voor bloggers

En hoe zit het met bronnenbescherming voor journalisten en webloggers? Het zwijgrecht voor journalisten is in Nederland niet wettelijk vastgelegd. De rechter kan de journalist in principe dwingen om zijn bronnen prijs te geven, maar in de praktijk respecteert de rechter de positie van de journalist als de waakhond van de democratie. Want voor die waakhond is het essentieel dat zijn bronnen hun verhaal anoniem kunnen doen. Heeft de rechter evenveel begrip voor een blogger die ‘iets gehoord heeft’ en op basis van die anonieme bron een persoon de mantel uitveegt? Of voor anonieme reacties die iemand zwart maken? In België wel. Daar is de wet aangepast in 2005. Daar heeft iedereen die voor een groter publiek publiceert zwijgrecht. Ook bloggers. Kortom, weblogs woelen het journalistieke landschap flink om. En dat is, wellicht, het mooiste effect van weblog op journalistiek. Want – ik ben onverbiddelijk - inhoudelijk voegen weblogs in Nederland nog niet veel toe aan het landschap, uitzonderingen als GeenStijl daargelaten.

[illegible][illegible][illegible]

[www.Iedereenwileenwebsite.com](#)

[www.Iedereenwileenwebsite.com](#)

[illegible]

[www.Iedereenwileenwebsite.com](#)

[www.Iedereenwileenwebsite.com](#)

[www.Iedereenwileenwebsite.com](#)

iPod, YouTube en wij consumeren

Muzikanten hebben op internet een hele nieuwe manier gevonden om met hun fans te communiceren. Hypes verspreiden zich sneller dan het licht. En jongeren, steeds opzoek naar nieuwe iconen om hun identiteit te bevestigen, haken maar al te graag in. Ze verzamelen muziek en honderden vrienden op MySpace, proberen hun dromen te verwezenlijken op Sellaband.com en... het zijn weer de filosofen die roet in het eten gooien met al hun gedenk. Wat nou ‘waan van de dag’, ‘consumentisme’ en ‘vervreemding’? Boeiuh!

Auteur: Peter Bruyn

Als er zich anno 2007 ergens een maatschappelijke kloof manifesteert, dan is het de kloof tussen de digibeten en mensen die vanzelfsprekend omgaan met alle nieuwe mediastromen en de nieuwe manieren om te ‘netwerken’. De technologie ontwikkelt zich razendsnel en jongeren zijn al van kinds af aan bezig om te ‘netwerken’ op Hyves, MySpace en al die andere profiel-sites. Welke gevolgen heeft dit op onze cultuur? Of is de netwerkcultuur juist een weerslag van een ontwikkeling die al langer aan de gang is? Dit artikel neemt de muziekcultuur als voorbeeld van hoe de maatschappij is veranderd; hoe onze ‘merken’, onze ‘tags’ langzamerhand steeds belangrijker zijn geworden voor onze identiteit. Maar eerst de muziek.

MySpace

MySpace is een netwerksite die vooral gebruikt wordt door muzikanten. MySpace maakt het makkelijk om je eigen muziek op je profielpagina te zetten. En dat is praktisch: een rockster in spe hoeft geen tape of cd meer naar een zaal of platenmaatschappij te sturen, hij verwijst hen gewoon naar zijn MySpace-pagina. Die pagina is ook een perfecte plek voor het aankondigen van concerten. Wijzigingen en aanvullingen kunnen à la minute toegevoegd worden. MySpace zou de platen-industrie overbodig maken, klonk er al gauw. Populaire artiesten als Arctic Monkeys, Panic at the Disco en Lily Allen zouden zelfs dankzij MySpace zijn ‘doorgebroken’. Inmiddels zijn er ruim 150 miljoen MySpace-ingezetenen van over heel de wereld. Mediatycoon Rupert Murdoch kocht de website voor 580 miljoen dollar. Wat hij er precies mee moest wist hij nog niet toen hij het bedrag op tafel legde, maar hij realiseerde zich dat een podium met meer dan honderd miljoen spelers – en dubbel zoveel bezoekers – aantrekkelijk is voor potentiële adverteerders. Hij heeft gelijk gekregen.

Babelboxen

In Nederland is Hyves met zo’n drie miljoen deelnemers populairder dan MySpace. Er bestaat inmiddels ook een Hyves Music, met vergelijkbare mogelijkheden voor muzikanten als MySpace. Hyves wordt echter vooral gebruikt door popacts die zich speciaal op de Nederlandse markt richten. Internationaal opererende muzikanten – of muzikanten met internationale ambities – prefereren het wereldwijde Myspacenetwerk. MySpace en Hyves bieden muzikanten een gemakkelijke en snelle manier om nieuws over tours, gigs en nieuwe liedjes rond te sturen. Voor mensen zonder zo’n praktisch doel, zijn de profiel-sites niet veel meer dan een soort ‘babel-boxen’. Je hoeft maar even op het netwerk rond te surfen om te zien dat het gebabbel doorgaans van hetzelfde onbeduidende niveau is als de

meeste mobiele telefoongesprekken in de trein. Het lijkt er alleen maar om te gaan zoveel mogelijk ‘vrienden’ te scoren bij wijze van statussymbool, zonder dat die vriendschap enige substantiële inhoud heeft. Zo heeft zangeres Madonna ruim 195.000 ‘vrienden’ op MySpace en het is onwaarschijnlijk dat ze zelf al die ‘profielen’ gecheckt heeft. Haar stafleden houden haar pagina bij en gebruiken MySpace vooral om T-shirts en andere prullaria te verkopen. Het eveneens razend populaire YouTube is een soort open televisiekanaal zonder begin- en eindtijden waar iedereen z’n (zelfgemaakte) filmpjes en videoclips kan laten zien. Sommigen hopen op YouTube ontdekt te worden als artiest, maar voor de meeste webgebruikers is het vooral een manier om favoriete muziekclips en concertfragmenten uit te wisselen.

Sell a band

En dan is er nog het Nederlandse initiatief Sellaband dat fans de mogelijkheid biedt om rechtstreeks ‘aandelen’ à 10 dollar in een rockband of popact te kopen, zodat artiesten het klassieke leuren langs de platenmaatschappijen kunnen overslaan. Muzikanten van over heel de wereld kunnen zich gratis bij Sellaband aanmelden en krijgen een eigen profielpagina, waarop ze drie liedjes kunnen zetten. Zo’n 4500 artiesten hebben dat op dit moment gedaan. Als een artiest voor vijftigduizend dollar aan aandelen heeft verkocht, wordt er onder auspiciën van Sellaband een album gemaakt. Verkoopt dat album goed, dan wordt de winst verdeeld tussen artiest, Sellaband en de aandeelhouders. Iedereen blij? Sinds de start van Sellaband, zomer 2006 hebben tot op heden – juli 2007 - zeven artiesten de limiet van vijfduizend aandelen bereikt. Amper 85 artiesten hebben voor meer dan duizend dollar aandelen verkocht.

Kettingbrief

Zowel bij MySpace als bij Sellaband heeft kwantiteit meer impact dan kwaliteit. Daarmee vertonen MySpace en Sellaband overeenkomsten met de kettingbrief of het piramidespel. De ‘believers’ bij Sellaband kunnen zich halverwege het traject weliswaar nog terugtrekken, maar voor het slagen van het project is het toch nodig dat de ketting niet breekt. Ook voor MySpace en Hyves geldt: profijt tekent zich pas af als een aanzienlijk vriendennetwerk is opgebouwd. En wat zijn eigenlijk de vruchten die je van netwerksites kunt plukken? De Groningse gothic rockband Nemesea had in november 2006 als eerste groep de vijfduizend Sellaband-aandelen bijeen gesprokkeld en kreeg daarmee flink wat publiciteit. De drie artiesten die na Nemesea volgden, deden buiten de eigen ‘believers’-kring nauwelijks stof opwaaien. Het nieuwtje lijkt er van af. Net als bij het tv-programma Big Brother. Iedereen weet zich ‘Knuffel Ruud’ uit de eerste aflevering nog te herinneren en misschien ook ‘Bart’. Maar de winnaars van de daaropvolgende seizoenen waren al vergeten op het moment dat ze bekend gemaakt werden. Hetzelfde zag je bij Idols. Jim en Jamaï uit de eerste serie haalden nog publiciteit. Maar wie kent in vredesnaam Raffaëla Paton, de winnares van afgelopen jaar? Ook YouTube gedijt bij hypes. Een YouTube-clipje van de Nederlandse popgroep Alamo Race Track werd maar liefst driehonderdduizend keer bekeken. De schrijvende pers sprong er op in. Het veelbekeken tv-programma De Wereld Draait Door maakte er een item van. En inderdaad, het album verkocht

beter dan in eerste instantie verwacht – hoewel je dan over duizenden exemplaren spreekt en niet over tienduizenden. Maar was dat relatieve succes nou het resultaat van het YouTube-clipje of van alle aandacht die daar op volgde?

Sprookjes

Er doen grappige verhalen de ronde over de Britse rockgroep Arctic Monkeys en over zangeres Lily Allen. Het sprookje gaat dat ze door MySpace zijn ‘doorgebroken. Dat is wat overdreven. Ze hadden het geluk dat hun eerste platen uitkwamen op het moment dat MySpace haar grote sprong voorwaarts maakte. En terwijl de muzikanten in kwestie zelf nog geen idee hadden wat MySpace was, zetten hun (tiener)fans wat van de liedjes van hun nieuwe idolen op hun eigen profiel. Tot groot genoegen van de marketingmanagers bij de platenmaatschappijen. De opkomst van de nieuwe internet-netwerken loopt parallel met de doorbraak van de iPod, de MP3-speler en de digitale camera. Deze apparatuur heeft geleid tot een nieuwe manier van omgaan met muziek en beeld. In de muzikwereld draait het steeds minder om albums, maar om losse ‘tracks’ die gedownload kunnen worden – zonder hoes, toelichtend cd-boekje of andere muziek waarmee het één geheel vormt. De pc of laptop herbergt de muziekcollectie van jongeren. Hoor je als bezoeker een liedje – een ‘track’ - die je aanspreekt, dan plug je even je iPod in de USB-poort van de betreffende computer en in een paar seconden laad je het deuntje op je eigen MP3-speler. Dat zelfde gemak geldt voor het fotograferen: moest je met het traditionele rolletje – 12, 24 of 36 opnamen – nog selectief schieten, met de digitale camera is die beperking verdwenen. De weerslag van het onbeperkte is vrijblijvendheid. Het fotograferen is voor de niet-professionals vaak niet meer dan een geintje.

Storthoop van ditjes en datjes

Het lijken misschien losstaande fenomenen - de trend om muzieknnummers als losse brokjes te consumeren, het gulzig afstropen van YouTube, het scoren van ‘vrienden’ op MySpace of Hyves en het in het wilde weg schieten van foto’s. Maar het zijn allemaal symptomen van eenzelfde mentaliteitsomslag. Theo Ploeg, docent aan het Instituut voor Interactieve Media van de Hogeschool van Amsterdam, merkt bij zijn studenten dat ze de bredere context uit het oog zijn verloren. “Ze downloaden alles op hun iPod en of het nu The Who of Arctic Monkeys is, voor hen is het gewoon allemaal muziek uit 2007.” Dit geldt niet alleen voor muziek. Een paar jaar geleden ontstond veel ophef toen bleek dat scholieren Napoleon en Hitler niet meer chronologisch kunnen plaatsen. De historicus Piet de Rooij zei eind 2005: “Het historisch besef in Nederland is gereduceerd tot een verzameling ditjes en datjes, tot een losse storthoop van al dan niet wetenswaardige feiten en voorvallen.”

Consumentisme

Deze mentaliteitsverandering is al langer aan de gang en past in een groter maatschappelijk proces. In 1989, toen met het neergaan van de Berlijnse muur en de ineenstorting van het communistische Oostblok een einde kwam aan de Koude Oorlog, publiceerde de Amerikaanse politiek-filosoof Francis Fukuyama zijn spraakmakende pamflet Het Einde van de Geschiede-

nis. Hij betoogde dat nu het fascisme en het communisme gefaald hadden, het democratisch liberalisme met haar marktdenken en consumentisme als enige ‘ideologie’ overeind zou blijven. En dat we daarmee het einde van de geschiedenis van ideologische strijd hadden bereikt. Dit was geen conclusie die Fukuyama onverdeeld vrolijk stemde. Zonder ideologie draait alles om consumeren. Creativiteit en intelligentie zijn in het ‘posthistorische’ tijdperk alleen nog nodig voor ‘het eindeloos oplossen van technische problemen, milieuproblematiek en het bevredigen van de verlangens van de consument’. En hij voegde daar somber aan toe dat kunst en filosofie niet bij die verlangens lijken te horen.

Lege hulzen

Fukuyama’s voorspelling uit 1989 blijkt in 2007 nog actueel. Fenomenen als MySpace, Hyves, YouTube en de iPod passen perfect binnen dat posthistorische en postmoderne wereldbeeld: het zijn lege hulzen waar je iets in kunt stoppen. Muziek, informatie, een wereldbeeld voor mijn part. Iedereen kan er zelf inhoud of waarde aan geven. De praktijk leert echter dat de ‘dragers’ worden gezien als een veredeld winkelwagentje waar je snel en veel boodschappen in kan kieperen. Gaat het überhaupt wel om de inhoud? Bij de nieuwe informatiedragers en communicatiemiddelen wordt de verpakking steeds belangrijker. Artikelen zoals de iPod, mobile telefoon, MacBook worden niet meer geconsumeerd omdat ze nuttig zijn, maar omdat ze ons een identiteit verlenen. Op Hyves kunnen gebruikers behalve ‘hobby’s’ en ‘muziek’ ook ‘mijn merken’ aan de buitenwereld kenbaar maken. Ik consumeer dus ik besta en de merken die ik consumeer zeggen wie ik ben. Overigens werd deze tendens in 1970 al door de filosoof Jean Baudrillard beschreven.

Pimpuh

Muziek was in de vorige eeuw met groepsidentiteit verbonden. Hippië hielden van psychedelische rock en folk, corpsballen van dixieland. In de eenentwintigste eeuw zegt muziek vooral wat over je persoonlijke identiteit: je eigen MySpace-profiel, je persoonlijke muzieksamenstelling op je iPod – en zelfs de kleur en het type iPod – allemaal zijn ze onderdeel van het uithangbord ‘Wie ben ik’. De persoonlijke identiteit is vluchtiger dan de groepsidentiteit van de vorige eeuw. Een tiener van nu past zich moeiteloos aan de waan van de dag aan. “Muziek is geworden wat mode al veel langer is”, aldus mediasocioloog Ploeg. “De jeugd creëert om de zoveel tijd een nieuw imago, en muziek is een steeds sterkere rol gaan spelen in dat imago. Muziek is altijd en overal aanwezig. Vroeger draaide je alleen platen thuis en had je onderweg hooguit een radiootje. Nu heb je je iPod, je GSM met ringtones. Je kunt je omgeving – waar je ook bent – altijd laten horen wie je bent. De trend is: leven in het nu. De prikkels zijn heftig, maar ook kortstondig. Ze zijn naar buiten gericht en zeggen weinig over hoe iemand echt van binnen is.” ‘Pimpuh’ noemt filosoof/journalist Rob Wijnberg dit creëren van persoonlijke identiteiten. In zijn onlangs verschenen boekje Boeiuh! schetst hij – zelf twintiger – hoe zijn generatie tegen de hedendaagse samenleving aankijkt.

Driehoek

Misschien moeten we ons de huidige

samenleving voorstellen als een driehoek tussen de technologische ontwikkeling (iPod en een snelle internetverbinding), software-, communicatie- en netwerkontwikkeling (MySpace en YouTube) en levensbeschouwing (consumptief). De drie hoeken zijn onderling stevig verbonden en beïnvloeden elkaar voortdurend. De driehoek heeft een enorme duw gekregen door de ontideologisering die Fukuyama beschrijft. Het marktliberalisme zorgt voor producten die de teloorgang van inhoud alleen maar ondersteunt. “Het verklaart waarom er op de nieuwe communicatie- en netwerksites zo weinig inhoudelijke discussie is en muziek op de iPod een steeds kortere houdbaarheid heeft”, meent Ploeg. “Consumeren is een ideologie geworden.”

Filosoof Herbert Marcuse waarschuwt de reeds in 1964 voor vervlakking door commercie. In zijn boek De Eendimensionale Mens schreef hij: “De massacommunicatiemedia vermengen kunst, politiek, religie en filosofie vaak opvallend met reclameboodschappen. Daarmee worden deze cultuurgebieden gereduceerd tot hun gemene deler: het aangename. De muziek van de ziel is eveneens de muziek van de kassa. De ruilwaarde, niet de waarheidswaarde is belangrijk.”

Marcuse doelde destijds op de negatieve effecten van massamedia als tv, film, radio en wellicht ook de popmuziek. Het interessante – en ook het cynische – is dat zijn angstbeeld in de ééntenwintigste eeuw waarheid is geworden en niet zozeer door de massamedia, maar juist met hulp van uitingen die de individualiteit moeten benadrukken.

Gedesoriënteerd

Marcuse behoort tot de stroming van de kritische filosofie. Die richting is weliswaar al lang uit de mode, maar haar boodschap snijdt ook in deze tijd nog hout. Ook in de werken van kritisch filosoof Theodor Adorno vind je lange tirades tegen de verstrooiende televisieprogramma’s van de jaren vijftig en zestig, die het laatste beetje ‘kritische geest’ bij de mens zouden wegspoelen. Je kunt niet anders dan glimlachen als je die regels leest met de zoete herinneringen aan Swiebertje en de Schotse collie Lassie in het achterhoofd.

De ‘vervreemding’ die de kritische filosofen reeds in de jaren vijftig signaleerden, manifesteert zich anno 2007 in de vorm van een trendy individu met een iPod vol muziek, die met zijn mobieltje in contact staat met de hele wereld, maar die ondertussen steeds meer moeite heeft om maatschappelijke, historische en politieke verbanden te leggen. En dat is precies de conclusie van de jonge filosoof Rob Wijnberg. Hij spreekt over zijn generatie als een generatie zonder referentiekaders, een generatie die gedesoriënteerd is, een generatie voor wie het geheugen niet veel verder strekt dan het einde van de jaren tachtig. Terwijl die generatie tegelijk als geen ander ‘een spiegel functie vervult van de samenleving waartoe zij behoort.’

Boycot?

Wat is er tegen een samenleving waarin iedereen er lekker op los consumeert zonder al te diep na te denken? “Door de samenleving te ontideologiseren, haal je de kritiek uit die samenleving en kweek je onverschilligheid”, meent Theo Ploeg. “Het gevolg is een gevoel van vervreemding. Een gevoel dat je heel eventjes kunt opheffen – of onderdrukken – door flink te consumeren. En hoe harder je consumeert, des te sneller heb je weer behoefte aan nieuwe producten en kicks. Een vi-

cieuze cirkel.” Het heeft geen zin het gevoel van vervreemding aan de hippe producten en trendy websites te wijten. Er is geen enkele reden om de dure iPod uit het raam te gooien, MySpace te boycotten of geen Arctic Monkeys-clips meer op YouTube te bekijken. iPod, MySpace, YouTube, het zijn de informatiedragers, de messengers, meer niet. Iedereen kan zelf de keuze maken tussen pulp en kwaliteit. Jammer genoeg wordt de keuze voor kwaliteit nauwelijks aangemoedigd in onze maatschappij. Zelfs de grote politieke partijen (die overigens stuk voor stuk hun ideologie verliezen) bevorderen de productie van pulp. Bijvoorbeeld door ons publieke omroepstelsel en de kunstsector voor een paar snelle grijpstuivers te verkwanselen. Maar, raak niet ontmoedigd, tussen alle pulp blijft genoeg waardevols te vinden voor wie er oog en oor voor heeft. Want zoals een oud Bulgaars spreekwoord zegt: hoeveel stront de koe ook schijt, haar melk blijft een zaligheid.

De buigzaamheid van het internet

Onze beleving van de wereld is veranderd sinds de komst van het internet. Publicist Josephine Bosma schetst hoe kunstenaars in Nederland op de nieuwe verbondenheid reflecteren. De grenzen tussen kunstenaar en publiek vervagen.

Auteur: Josephine Bosma

Bij het woord internetkunst denken de meeste mensen aan leuke plaatjes of interactieve sites op het web. Maar internetkunst is veel meer dan dat. Netkunst is zelfs buiten de computer te vinden. De combinatie van computer en netwerk biedt kunstenaars de mogelijkheid eindeloos te combineren en variëren met tastbare en virtuele ‘materialen’. Internetkunst is kunst gebaseerd op internetculturen, culturen die draaien om techniek, spel, sociale netwerken, commercie en politiek. Netkunstwerken zijn vrijwel altijd interdisciplinair; ze zijn niet in een bepaalde kunstdiscipline te plaatsen. De theatermaker, filmmaker, beeldhouwer, muzikant, schilder, fotograaf, schrijver, dichter en danser; ze ontsnappen met het maken van een netkunstwerk uit het hokje waarin de traditionele kunstkritiek ze decennia lang gevangen hield.

Spelen met glitches

In Nederland is netkunst bij het grote publiek nog steeds vrij onbekend. Dat is vreemd, want Nederland spreekt op dit gebied al vanaf het prille begin een stevig woordje mee. Nederland staat in het buitenland bekend om zijn vooruitstrevende mediabeleid, zijn vrije media-cultuur en vroege internetexperimenten. Nederlandse netkunstenaars horen al sinds midden jaren negentig tot de wereldtop. Vooral het kunstenaarsduo Jodi (de Nederlandse Joan Heemskerk en de Belgische Dirk Paesmans) is al meer dan tien jaar internationaal een begrip. Het werk van Jodi is relatief makkelijk als beeldende kunst te herkennen omdat het bijna altijd speelt met visuele vormen binnen de computer. De krachtige visuele vormen van Jodi hebben zeker geholpen hun werk toegankelijk te maken. Maar Jodi’s werk is minder eenvoudig en eenduidig als het lijkt. Ook dit werk is gelaagd en gaat dieper dan het beeldscherm alleen. Jodi speelt vooral met code. Al in hun vroegste websites verstopten ze bijvoorbeeld een tekening in de broncode van een webpagina, en ook nu speelt Jodi nog met de poëzie van de broncodes en de glitches (foutjes) in on- en offline computerspelletjes. Maar Jodi is absoluut niet het enige dat Nederlandse netkunst te bieden heeft.

Chatten met een gevangene

Bij een druk kruispunt staat midden op de stoep een vreemd object. Het ziet er uit als een krul van doorzichtig, opgeblazen plastic. Het is een ongebruikelijk opblaaskussen. In die krul staat een tafeltje, een stoel en een computer. De hoge, zachte muren schermen de bezoeker af van de hectiek op straat. Slechts de geluiden en wat vage schimmen dringen nog door. Hier zijn we, ondanks de drukte, alleen. Als we plaats nemen voor de computer blijkt dat we contact hebben met iemand die ook alleen is. Een gevangene, een monnik, een verslaafde aan computerspelletjes: we kunnen met hen in gesprek gaan, zomaar, midden op straat. Dit kunstwerk, Agora Phobia Digitalis, is van Karen Lancel. Karen Lancel onderzoekt als kunstenaar gevoelens van

intimiteit en veiligheid. Ze werkt sinds 1995 met het internet. Daar heeft ze bewust voor gekozen, omdat het internet sinds zijn ontstaan onze sociale omgeving ingrijpend veranderd heeft. Die verandering heeft invloed op ons zelfbeeld en de manier waarop we de wereld ervaren. De angst voor terrorisme, het spanningsveld tussen een behoefte aan intimiteit en onze hang naar individualiteit: het zijn thema’s waar Lancel nu al meer dan tien jaar mee bezig is. Karen Lancel werkt vanuit de traditie van theater en performance in de beeldende kunst. Ze is een verhalenverteller, maar wel een die situaties creëert waarin het publiek een verhaal zelf meemaakt, in plaats van het passief te zien of horen. Daarmee lopen werkelijkheid en fictie even in elkaar over.

Bomexplosie

In een ander werk laat Lancel, samen met haar partner Hermen Maat, op een symbolische manier de gevaren van intimiteit zien. Ook hier speelt ze met de vermenging van algemene opvattingen over onveiligheid en persoonlijke ervaringen. Ze heeft sensoren in een jas aangebracht die bij aanraking een grotendeels onzichtbare kettingreactie in gang zetten. De sensoren sturen een signaal naar een ontvanger, die op zijn beurt een computer een zoekopdracht geeft naar plaatjes van bomexplosies. De computer stuurt de gevonden plaatjes van opgeblazen auto’s en gebouwen vervolgens naar een groot beeldscherm naast de twee mensen. Kort na de aanraking verschijnt in de ruimte een gruwelijk beeld van vuur en verwrongen metaal, rondvliegend glas en weggeblazen lichamen. Intimiteit en onveiligheid overlappen elkaar soms, en Karen Lancel confronteert ons ermee.

www.jeffkoons.com

Op een kunstbeurs in Frankfurt staan vijf pilaren op een rijtje. Op elke pilaar ligt een map. In elke map zit een lijst internetadressen. Deze adressen zijn door kunstenaar Peter Luining gecreëerd. Luining heeft van de handel in domeinnamen een kunstproject gemaakt. Hij heeft onder andere de namen van bekende kunstenaars zoals Jenny Holzer en Jeff Koons als webadressen geclaimd, en hij verkoopt ze aan de hoogste bidder. Met zijn werk wil hij de kunstwereld bewust maken van het bestaan van een nieuwe omgeving waar de kunstwereld het liefst onwetend van blijft: het internet. De opstelling van de pilaren is geen toeval. Ze verwijst naar een Amerikaans conceptueel kunstwerk uit de jaren zestig: Mel Bochner’s Working Drawings And Other Visible Things On Paper Not Necessarily Meant To Be Viewed As Art. Peter Luinings werk is een zogenaamde ‘re-enactment’, het opnieuw uitvoeren van een bestaand kunstproject door een andere kunstenaar. Zowel Luining als Mel Bochner zochten een manier om een conceptueel werk dat moeilijk in een galerie te presenteren is, toch fysiek vorm te geven. In zekere zin is zijn keuze voor deze re-enactment ook een commentaar op de kunstwereld, waarin low-tech oplossingen voor kunstvraagstukken nog altijd geprefereerd worden boven nieuwe technologieën. In welke vorm Luining zijn domeinnamenproject ook gegoten zou hebben: de virtuele en de fysieke wereld zijn in dit werk duidelijk met elkaar verbonden.

Zelfmoord

Er klinkt ineens een zielig gesnik uit een computer. Het geluid komt van de

beginpagina van mouchette.org. Als we dezelfde webpagina herladen horen we steeds iets anders. Mouchette.org is een fantastisch labrynt, een film die we steeds opnieuw zelf samenstellen, en een wonderlijk universum van sterfelijke tederheid. De Franse kunstenaar achter dit online-project wenst anoniem te blijven, maar ze woont al sinds jaren in Amsterdam. Ze geeft al sinds 1996 vorm aan het internetpersonage Mouchette, een fictief meisje van 13 dat zelfmoord wil plegen, gebaseerd op een karakter uit een film van de Franse regisseur Robert Bresson. De website van Mouchette bevindt zich tussen poëzie, film en documentaire. De site heeft meerdere stormen doorstaan. Vanwege een onderdeel van de site waar tieners hun zelfmoordverlangens kunnen bespreken, hebben Amerikaanse ouders ooit geprobeerd de site van het net te halen. Het is juist dit forum dat toont hoe het Mouchette-kunstproject een stap verder gaat dan alleen een spannende site op het internet zetten. De zorgvuldigheid waarmee de kunstenaar een zwaar onderwerp als suïcidale verlangens van kinderen bespreekbaar maakt, is indrukwekkend. Het Mouchette-project is een toonbeeld van visueel en literaire poëtische interactie tussen kunstenaar en publiek online. De kunstenaar overstijgt de veelal platte web-interacties door ook persoonlijke contacten met het publiek te onderhouden, voornamelijk via email.

Nieuwe kunstervaring

Het is onderhand ook in de kunsten niet meer te ontkennen; het internet is als een doodgewoon, flexibel gereedschap werkomgevingen en privé-ruimtes binnen geslopen. Het is ook verbindingen met andere media aangegaan. Al deze ruimtes, de werkomgeving, de privé-ruimtes en de bestaande media, zijn nu met elkaar verbonden en van elkaar doordrongen. Het zijn de werkwijze en de visie van de kunstenaar die hierbinnen een traject aanleggen en zo bepalen hoe een netkunstwerk er uit ziet. Kunst op het internet gaat de beperkingen van het keyboard, het beeldscherm en de bandbreedte van het internet grotendeels voorbij. Netkunstwerken zijn flexibel in tijd en ruimte. Ze zijn vaak niet in een enkel beeld te vangen. Netkunst geeft goed weer hoe niet alleen de belevingen van kunstenaars, maar de belevingen van ons allemaal veranderd zijn door nieuwe media. Ze zorgt niet alleen voor een nieuwe kunstervaring, maar ook voor een nieuwe manier om onze veranderende omgeving te benaderen en weer te geven. Een laatste voorbeeld om dit te illustreren. Door de starre esthetiek van vroege webpagina’s naar de fysieke ruimte te verplaatsen maakt Jan Robert Leegte, van origine beeldhouwer, de virtuele wereld ook buiten de computer deel van onze omgeving. Of, als je het van de andere kant bekijkt, met zijn kunst plaatst Leegte onze ‘oude’ wereld als het ware in een computer. Ornamenten en vormen uit de digitale wereld bewegen op muren, plafonds. Zo staat er midden in de ruimte ook opeens een scrollbar. Je kunt er niet op klikken, je kan er alleen maar langslopen. Je zou bijna de weg kwijtraken.

Lees verder

www.laudanum.net/bosma
www.jodi.org
www.lancelmaat.nl
www.mouchette.org
www.leegte.org

Internet als wild west voor filmmakers

Internet stimuleert een nieuwe vorm van creativiteit. Creatievelingen, en vooral jonge creatievelingen, borduren voort op elkaars werk. Wat kan het web voor de filmmaker-in-spe betekenen? Een praktische verkenning.

Auteur: Femke Sleegers

Een jongeman speelt een deuntje op zijn gitaar en plaatst dat op internet met de titel ‘My life’. Een maand later staat er naast ‘My Life’ een nummer dat ‘My life changed’ heet. De gitaarsolo is nu vergezeld door een vioolpartij van een muzikante uit North Carolina. Later schreef een Fransman er tekst bij (Ma Vie) en maakten Japanners er een clip bij (My life changed completely). Weer later ging een virtuele band op het nummer door (Our lives change). De verbastering van My Life speelde zich alweer een paar jaar terug af, maar het wordt nog steeds genoemd als voorbeeld van hoe internet zich ontwikkelt. Het web verandert van een plek om informatie te halen, naar een platform waarop mensen hun nieuws, kennis en creativiteit onderling delen en op elkaars werk voortborduren. Meestal zonder dat er een vergoeding tegenover staat.

Geld verdienen met film; wat koop je voor waardering...

Gratis alles met iedereen delen klinkt mooi, maar wat als creativiteit (zoals film maken) je beroep is? Dan wil je er liefst je brood mee verdienen, en bovendien wil je voorkomen dat iemand met jouw werk aan de haal gaat. Om met het geld te beginnen: de videosites Lulu.tv en Revver.com en later ook Youtube.com delen hun reclame-inkomsten met de makers. Hoe meer je film bekeken wordt, hoe groter je winst. Zo werden twee Amerikaanse performancekunstenaars binnen een paar weken meer dan 35.000 dollar rijker dankzij het filmpje Extreme Diet Coke and Mint Experiments, een choreografie van fonteinën uit colaflessen. Als genoeg mensen jouw creativiteit – of inventiviteit - appreciëren, kan je op internet wat kopen voor waardering.

Bescherm of verspreid je werk met een CC

De tweede aarzeling van filmmakers om hun film op internet te zetten is het auteursrecht. Creative Commons is de tussenweg tussen je film afschermen of vogelvrij verklaren. Creative Commons is een alternatief voor het c-tje van copyrights reserved en het versimpelt het auteursrecht op internet. Alle films die je op Revver.com uploadt, krijgen bijvoorbeeld automatisch een Creative Commons-licentie mee. De CC-licentie op Revver geeft iedereen het recht om een video te verspreiden via email of websites, maar alleen met naamsvermelding van de maker. Bewerken van een Revver-clip is niet toegestaan. En commercieel gebruik ook niet. Het voordeel van Creative Commons boven het copyrightsysteem is dat de maker zelf kan aangeven in hoeverre anderen vrij zijn om zijn werk te verspreiden of te bewerken. En onder welke voorwaarden. Zo kan iemand bepalen: je mag mijn gitaardeuntje wel gebruiken en bewerken, maar niet als je er winst mee wilt maken. En je moet ‘m wel onder eenzelfde Creative Commonslicentie aanbieden. Deze share alike-licentie stond aan de basis voor My Life en opvolgers.

Waar haal je gratis footage op het web?

Creative Commons is vooral bekend voor muziek, fotografie en software, maar ook het aanbod van video’s onder een CC-licentie groeit. Zo staan er tweeduizend filmpjes uit begin vorige eeuw op Archives.org onder een public domain-licentie. Het gaat bijvoorbeeld om beelden van de San Fransisco-aardbeving uit 1906, om een voorlichtings-filmpje over family values uit 1948, maar ook om vakantie filmpjes van vroeger. Dankzij de publiek domein-licentie kan iedereen de beelden (in vrij hoge resolutie) gratis downloaden en ongelimiteerd gebruiken en bewerken in een eigen film of video. In Nederland heeft het Instituut voor Beeld en Geluid aangekondigd om oud beeldmateriaal te digitaliseren. Een klein deel van die collectie komt straks online te staan onder een publiek domeinlicentie van Creative Commons.

Voorbeelden van filmontwikkelingen op internet

Machinima

Internet is meer dan een upload- en downloadpodium. Zo kunnen beginnende makers experimenteren met het effect van scènewisselingen, découpage en over- of underacting in een Machinimafilm, een mengsel van een animatiefilm en een computergame. Je kan een Machinimafilm opnemen binnen de 3D-omgeving van een game, zoals Second Life of Doom. De personages uit de game fungeren als acteurs, de 3D-omgeving van het spel vormt de set en je kunt met meerdere camera’s werken. Die camera’s zijn onderdeel van de software. De dialogen kun je later als voice-over toevoegen. Hetzelfde geldt voor special effects. De meeste Machinimamakers zijn licht gepreoccupeerd met ruimteschepen, buitenaardse wezens en gevechten, maar er figuren ook normale mensen in machinimafilms, zoals in Africa, een Toto-videoclip op YouTube. Een aantal filmmakers heeft personages of ‘avatars’ in Second Life als onderwerp gekozen van een documentaire. Zo is er ‘My Second Life’ van Douglas Gayeton, een documentaire over een man die in ‘real life’ vermist is en opgedoken is als ‘avatar’ in Second Life.

Sam has 7 friends

Op internet zijn er voorbeelden te over van filmmakers en acteurs die doorbreken door met internet only-films. Zo maakten vier debuterende schrijvers/regisseurs een op Twin Peaks geïnspireerde moordsoap voor internet. Tachtig afleveringen van elk negentig seconden vol drama, intrige en spanning. De webisode Sam has 7 friends trok op Revver.com meer dan tienduizend kijkers per dag. De kijker weet vanaf de eerste aflevering een ding zeker, namelijk dat Sams door een van haar zeven vrienden wordt vermoord in de laatste aflevering van het eerste seizoen. Op verschillende fora discussiëren fans over dader en motief. De moordenaar wordt pas aan het einde van seizoen twee bekend. Sam has 7 friends is self financed en op mini-dv gefilmd, maar de afleveringen hebben de air van cinema. De vier makers wisselden de regie van de afleveringen af en belichten ieder een ander aspect van het leven van Sam, steeds ook met een andere vertelstijl

en cameravoering. De makers noemen internetseries zoals de hunne ‘the wild west’ voor filmmakers; ‘the new frontier’.

Lonelygirl15

Een andere webisode die ongekend populair werd, is Lonelygirl15. De afleveringen van Lonelygirl15 duren elk tussen de twee en vier minuten. Tieners doen in de camera verslag van hun besognes. Het verhaal gaat over Bree en haar maatje Daniel die met hun gevoelens om elkaar heen draaien. Wat aanvankelijk een videodagboek van een puber leek, bleek in werkelijkheid een goed doordachte springplank voor drie twintigers met filmambities. Het duurde een paar maanden voordat Lonelygirl15 ontmaskerd werd door fanatieke googelaars - ongetwijfeld tot opluchting van de hoofdrolspeelster, een net afgestudeerde actrice uit Nieuw Zeeland. De serie was zo populair, dat Bree oftewel Jessica Rose de laatste maanden de deur nauwelijks nog uitdurfde zonder zonnebril op. Zo bang was Rose dat ze de spreekwoordelijke angel uit de serie zou trekken als bekend werd dat Bree een verzinsel was. De reacties van de mensen op Youtube zijn bepalend geweest voor het verdere verloop van de relatie tussen Bree en Daniel. Fans plaatsten zelfgemaakte filmpjes met commentaar op Lonelygirl15 op YouTube. Ze wezen in hun video op clues, maakten korte clips over personages of analyseerden de psyche van Bree. Ook na de ontmaskering is Lonelygirl15 populair op Revver.com. En de makers? Die zijn inmiddels ingelijfd bij de Creative Artists Agency, hét agentschap in Hollywood dat bijvoorbeeld ook de belangen behartigt van Tom Cruise, Tom Hanks en Natalie Portman.

A Swarm of Angels

„A revolutionary process to create cult cinema for the digital age. Help us to invent the future of film, join the Swarm.“ Met die woorden roept Matt Hanson (1971) vijftigduizend mensen op om 25 pound (37 euro) in zijn internetfilmproject A Swarm of Angels te investeren. Met vijftigduizend mensen die hem steunen, heeft de zelfbenoemde filmfuturist een productiebudget van 1 miljoen pound. Het is niet zomaar een donatie, de gulle gevers worden medeproducent van de film. En hoe eerder ze het geld overmaken, hoe meer inspraak ze hebben in het script en in de productie. Op het forum roept Hanson eventuele acteurs onder zijn Angels op om zich kenbaar te maken. Zij maken kans op een rol in de film. Ook heeft Hanson nog een aantal productiebaantjes te verdelen onder de donateurs. Voor de muziek schakelt Hanson Creative Commons-muzikanten in. Op dit moment hebben er zich zo’n negenhonderd Angels bij de Swarm aangesloten, nog voor de marketingcampagne überhaupt van start is gegaan. Op een wiki overleggen de betrokkenen over de beste strategie voor de marketing. Ook de vorderingen van het script worden straks in de wiki gepubliceerd. De angels mogen commentaar leveren op het verhaal, maar Hanson waarschuwt nu al dat hij niet elk advies zal opvolgen; hij houdt de regie. Hanson heeft grote ambities met A Swarm of Angels. Hij hoopt op Cannes en Venetië. En verder wil hij de film gratis verspreiden op internet. Onder een CC-licentie natuurlijk. Als de film naar Hansons inzicht af is, gooit hij zijn werk terug in de leeuwenkuil. Iedereen is vrij om beeld, geluid en muziek van de film door elkaar gooien.

En om de film opnieuw uit te brengen met een ander plot. Share alike.

Meer informatie:
www.plotspoint.com

Op weg in the wild west

www.creativecommons.nl
www.creativecommons.org

Typische internetvideo’s

www.aswarmofangels.com
www.lonelygirl15.com
www.samhas7friends.com
www.molotovalva.com
www.machinima.com

Geld voor films op internet

www.youtube.com
www.revver.com
www.Lulu.tv

Betere films op internet

www.animwatch.com
www.hollanddoc.nl
www.cinema.nl/kort
www.submarinechannel.com

Gratis filmfootage voor in films

www.Archive.org
www.archive.org/details/prelinger
http://search.creativecommons.org
www.beeldengeluid.nl

Gratis audio voor in films

www.simuze.nl
www.ccmixer.org
www.jamendo.com

Nie

UW

Radicaal denken in de catacomben van de interactiviteit

Paul Bellow over Picasso: ‘Dat absurde beeld, met zijn takken en bladeren van metaal – geen vleugels, geen overwinning, slechts een teken, een overblijfsel - het idee van een kunstwerk, niets meer. Geheel in de lijn van die andere ideeën en overblijfselen die ons leven inspireren – geen appels meer, maar het idee, de reconstructie door een appel-oloog van wat de appel ooit eens was – geen ijsje, maar het idee, de herinnering aan een heerlijke snack die tegenwoordig gemaakt is van substituten ...’

Auteur: Wim Nijenhuis

De kunst levert zich uit aan het idee van zichzelf.

In 2004 was ik een jaar lang ‘denker in residence’. Ik resideerde in een tot atelier omgevormd winkelpand in de Hoogstraat, een vervallen historische winkelstraat in Vlaardingen. In 2005 heb ik de producten van dat jaar zoals ‘Denkzettel’, allerlei objecten, mededelingen, krantenknipsels, kaarten, video’s en in mijn opdracht vervaardigde foto-installaties en kunstwerken tentoongesteld in Gallery66East in Amsterdam. Daar stonden en hingen ze dan, de schamele, maar desondanks indrukwekkende overblijfselen van mijn ‘kunst in de openbare ruimte’ project.

Toen het project liep hadden de paginagrote slagzinnen in de krant, de beeldhouwwerken in de etalage van mijn atelier en de foto-installaties aan de muur een bijzondere meerwaarde aan betekenis die ze onttrokken aan de werkelijkheid, nauwkeuriger gezegd, aan hun ‘setting’ in de doorlopende ‘interactie’ met mijn ‘omgeving’ en/of ‘doelgroep’: de winkeliers, het winkellende publiek, de lokale pers, de politiek en lokale intellectuelen en kunstenaars. Destijds zinderde de omgeving van de sociale en de politieke spanningen die opgeladen werden door de verloedering van de straat en het niet aflatende (pers)protest tegen de lakse gemeentepolitiek, het (buurt)protest tegen de kunst en het protest van kunstenaars tegen het kunstproject.

In de galerie waren van dit ‘interactieproces’ alleen de overblijfselen te zien. Het publiek werd opgezadeld met een verzameling tweedehandse objecten, of nog erger, afval van dingen die hun werk hadden gedaan. In de galerie kreeg dit afval dankzij de instraling van betekenis vanuit de ‘context’ de kans om weder op te staan in het teken van de kunst en de beschouwer opnieuw in hun wereld te betrekken.

Door overblijfselen tentoon te stellen die hun nut of zin in een vorig leven al hadden opgebrand, voelde ik mij een volgeling van Marcel Duchamp. In 1917 keerde hij een urinoir om en zette het in het museum. Als ‘denker in residence’ had ik me overigens al laten inspireren door Jean Tinguely en zijn ironische machines van het eerbetoon die zaken ophemelden terwijl ze zich zelf vernietigden. Ik was gefascineerd door zijn kinetische installatie Hommage aan New York, die eindigde in een gigantische berg van schuim, plastic, papier, verwrongen staal en naschuddende machineonderdelen. Misschien mag ik mijn tentoonstelling in alle bescheidenheid en met al zijn inactualiteit ook situeren in het voetspoor van Andy Warhol die met zijn Campbell’s Soup Can het object van de waar waardeloos maakte en het vervolgens met inbegrip van zijn reclameteken ironisch heiligde door het over te hevelen naar het domein van de

kunst. De metamorfose van nuttig ding in overblijfsel en de overheveling van de ene ruimte naar de andere, van het ene instituut naar het andere en überhaupt de herhaling ervan veroorzaken de nodige compliceringen van zin en betekenis.

‘Betekenis is afhankelijk van een context en de grenzen van een context werken mee aan de betekenis’, zegt Connie Palmen (NRC 2007) en ze voegt er aan toe: ‘dubbelzinnigheid is conform de natuur van het kwaad’.

In Vlaardingen was het destijds onduidelijk of mijn activiteiten kunst waren, of ruimtelijke ordening, maar de zin ervan (lees nut) was redelijk helder. In de galerie ging het later duidelijk om kunst, maar de zin ervan (lees nut) was behoorlijk duister. De complicatie van de zin tot op de rand van het zinloze, of de opvoering van de dubbelzinnigheid tot op de rand van het onbegrijpelijke maakt echter juist de waarde van het kunstwerk uit. Raadselachtig is daarom zijn pact met de beschouwer en de liefhebber; met hen die zo graag circuleren in het circuit van de kunst.

Van Baudelaire weten we dat de kunst niet steunt op een natuurlijke noodzaak maar op het kunstwerk als een uitgekende kunstmatigheid. Kunst wordt kunstbedrijf. Status en legitimiteit van de kunst kunnen daarom steeds weer ter discussie worden gesteld. Dit vindt echter nauwelijks plaats omdat het kunstbedrijf omgeven is met een welhaast onaantastbaar aura waarvan de kracht toeneemt naarmate de kunst nuttelozer is. Een uitzondering vormen die regionen waar men stiekem twijfelt aan de waarde van de kunst en haar wil resocialiseren. Daartoe dost men het kunstbedrijf uit met het gladgestreken gelaat van de maatschappelijke dienstbaarheid. Afgezien van dat geldt echter verder overal de onaantastbaarheid van de kunst die des te opvallender is naarmate aan het daglicht komt dat ze zich nauwelijks weet te onderscheiden van de reclame en andere varianten van de waar, waarmee ze de uitgekende kunstmatigheid en de impuls van de markt deelt.

De kunst levert zich uit aan het idee van de kunst en redt daarmee zichzelf.

Het idee van de kunst wordt in essentie bepaald door alles wat de kunstwereld schrijft en zegt over de kunstwereld. Dit bezig zijn met zichzelf betreft ook de scheppende kunst die zichzelf verdubbelt met het teken van zijn eigen operatie. Het waarachtige object van de schilder is niet wat hij schildert, maar het feit dát hij schildert en tenslotte schildert hij het feit dat hij schildert. Dit is de manier waarop de kunst zichzelf redt met het idee van zichzelf. Met de readymades van Duchamp en de objets trouvés van Cobra is het niet anders. Ze maken duidelijk dat er geen kunstobject meer is, alleen nog maar het idee van het kunstobject. Analooq daaraan opereerde ik als ‘denker in residence’ niet als denker. Door mijn positie werd ik een denker die genoodzaakt was zich te voegen onder het teken van de kunst en het duurde niet lang of ik dacht na over het feit dat ik een denker was in het teken van een kunst die niets anders was dan het abstracte en institutionele teken van zichzelf.

Het idee van de kunst verlangt dat de kunstenaar zich overgeeft aan oefe-

ningen in mentale dapperheid. Het gaat om niets meer of minder dan een nieuwe heroïek. Niet de objecten van de kunst, maar haar waarden (daarbij inbegrepen de zorg om het idee van de waarde binnen de kunsten) hebben het kunstbedrijf op het idee gebracht om zichzelf als een bijzonder domein af te zonderen en vervolgens anderen, de ‘omgeving’, uit te nodigen om zich daar bij hem te voegen, of minstens met hem te communiceren.

Dit is het grondschema van de interactieve kunst.

De ‘kunst in de openbare ruimte’ bekommert zich vervolgens om de waarden van de vrijheid (Jeanne van Heeswijk) en de onbestemdheid (Jeroen Boomgaard). Enerzijds maken deze waarden deel uit van een kunstbedrijf dat zich genoodzaakt ziet tot zelf-promotie en reclame en daarom ook de kritiek en het negatieve commentaar absorbeert als een promotiemiddel. De techniek van de interactiviteit dient om deze waarden te delen, te ruilen en te verspreiden onder een publiek en tegelijkertijd dit publiek te binden aan de verschillende domeinen van het kunstbedrijf. Anderzijds leeft dit kunstdomein op zijn beurt weer van de (kritische) verwachting een ongeval, een onderbreking, of een opening te kunnen produceren in de ogenschijnlijk oppermachtige processen en het onaantastbare verloop van de dingen in de werkelijkheid.

Kritische aanslagen op het instituut van de kunst en het kunstbedrijf, zoals het lanceren van de hypothese dat ze afval en waardeloosheden omzetten in waarden, zullen hoogstwaarschijnlijk zonder consequenties blijven. Ook de hypothese dat we tegenwoordig kunstvormen adoreren waarin waarde wordt gegenereerd zonder dat er sprake is van verdienste (Bij BIG BROTHER verlenen banale presentie, of het presenteren van banaliteiten roem en rijkdom aan ‘five minute stars’ die geen enkele verdienste hebben; Paris Hilton slaat geld uit zinloze aanwezigheid en Oprah Winfrey verdient zelfs als ze slaapt nog steeds 1000 dollar per minuut) zullen geen indruk maken. Kritische aanslagen op het instituut van de kunst en het kunstbedrijf, hoe hard en geslepen dan ook, worden moeiteloos geabsorbeerd als producenten van waarde. Het gaat er namelijk niet om wat men zegt over de kunst, maar dat er überhaupt wat over wordt gezegd. De doorslaggevende factor voor de waardebepaling van een uitspraak is de publieke aandacht die het krijgt. Daarmee wordt de kunst onverbidde-lijk onderworpen aan de regels van de reclame (Marc Primlott). Daarom is de motor van de kunst de roem, of abstracter geformuleerd: ‘het primaat van de zichtbaarheid’ (Camiel van Winkel). Daarna komt als vanzelf ... het geld.

Door dit mechanisme komen de kunst-theoretische legitimatie en het kunst-historische begrip van de kunst aan de zijlijn te staan. Vanaf de negentiende eeuw speelde de kunstgeschiedenis een belangrijke rol door de kunst te voorzien van energie. Eerst verschaftte ze die met de profetie van Utopia, daarna met de gedachte van de anticipatie op de (historische) gebeurtenis, vervolgens voedde ze de kunst met de energie van het postmoderne afscheid van de geschiedenis en tenslotte verschaftte ze energetische spanning met het idee de kunst te fuseren met de werkelijkheid. De godfathers van de kunstgeschiedenis zoals Hegel en later Marx voor-

zagen het einde van de kunst omdat deze na haar werk te hebben gedaan zou opgaan in het leven zelf. Intussen weten we dat dit niet is gebeurd. In plaats daarvan hebben we de algemene esthetisering van het bestaan gekregen, de Disneyficatie. Op de een of andere manier is de kunst aan haar bestemming voorbij gegaan. Aan gene zijde van dit punt raast ze - voortaan als kunstbedrijf - voort door een lege tijd die geen bestemming kent.

Toen ik in maart 2004 aan de politiek en de ambtenarij van Vlaardingen vroeg wat ze van mij verwachtten als ‘denker in residence’ in een situatie waarin een verwarrende menging van kunst en ruimtelijke ordening was voorzien, kwamen de volgende thema’s naar voren:

- alleen al de aanwezigheid van de kunstenaar zou een economische stimulans betekenen voor de winkelstraat in verval
- serendipiteit; je weet nooit wat er uit komt
- het peilen van de ‘gevoelens van de doelgroep’
- behoud en vorming van de gemeenschap
- het trekken en vasthouden van de publieke aandacht

Kunst als economische stimulans is de kerngedachte van de creatieve stad. In The rise of the creative class (2002) stelt Richard Florida dat alleen al de aanwezigheid van een zogenaamde creatieve klasse de economie van een stadsdeel kan bevorderen. Het grote voorbeeld is de wijk Soho in New York. In Loft living (1982) beschrijft de sociologe Sharon Zukin hoe deze met de ondergang bedreigde wijk vol met werkplaatsen dankzij de spontane instroom van kunstenaars veranderde in een trendy wijk met winkels en galleries. Deze gentryfication veroorzaakte een enorme stijging van de huren en de grondprijzen, waardoor er zich geen kunstenaar meer kan vestigen. Hetzelfde effect, maar bemiddeld door een golf van cultuurtourisme, had het Guggenheimmuseum in Bilbao. Florida concludeert uit deze trends dat creativiteit het kapitaal van de toekomst is. De creatieve stad is intussen een hype geworden. Overal in Nederland zijn de gemeenten aan het uitrekenen hoe ze de creatieve industrie binnen hun grenzen te gelde kunnen maken, hoe ze nieuwe creatieve industrie kunnen aantrekken en hoe ze zich in hun City Marketing met hun creatieve industrie kunnen profileren. Voor de goede orde, creatieve industrie is meer dan kunst, media- en entertainmentbedrijven horen er ook bij. In de creatieve stad zullen ‘face to face’ contacten een ‘netwerk’ vormen dat kunst zal kneden tot ‘vormgeving’. Vormgeving wordt de belangrijkste producent van toegevoegde economische waarde omdat ze van grote betekenis is voor productontwikkeling en marketing. (NRC-18 februari 2005: Tracy Metz, Creativiteit is geld waard, terwijl de economie cultureel wordt, wordt de cultuur commercieel).

Bij de waarderingen van de politici en ambtenaren van de gemeente Vlaardingen speelde op de achtergrond het thema mee van de interactiviteit en de marketing. Interactiviteit en marketing beheersen al geruime tijd de informatie, de vrije handel en de wereldmarkt. Tegenwoordig veroveren ze ook de kunst en de politiek. Ze zijn de logische consequentie van het geloof in de communicatie die een algemene dwang tot interconnectie, tot contact van alles met alles, oplegt.

Voor de marketingstrategie van de mo-

derne onderneming blijkt interactiviteit, of ze nu ‘live’ is, of ‘elektronisch’, van belang te zijn om de volgende reden:

.Ze dient de promotie van een product
.Ze verschaft informatie over wat de ‘klanten’ willen
.Ze maakt ‘tracking’ mogelijk, d.w.z. het opsporen van veranderingen binnen een doelgroep door deze continu te ‘monitoren’.

Tracking is de nieuwe techniek die door de interactiviteit aan de reeds bestaande technieken van de promotie van een product en het vergaren van informatie wordt toegevoegd. Door de nieuwe mogelijkheid om de doelgroep ononderbroken in de gaten te houden wordt het accent verschoven van de momentopname waarin gemeten wordt wat de doelgroep wenst, naar het meten van de veranderingen die optreden binnen het hele scala van haar kennis, haar houding en haar gedrag. Bij tijd en wijle stelt de onderneming zichzelf de vraag op welke wijze ze haar marketingstrategie of haar marketingcommunicatie door deze informatie zal laten beïnvloeden. Bovendien biedt de techniek van de interactiviteit het voordeel dat ze niet alleen in staat is om aandacht te trekken, maar ook om deze gedurende langere tijd vast te houden. Interactiviteit verschaft een onderneming de sleutel tot het economische goed van het prominente.

In haar paper De geschiedenis van de interface in de interactieve kunst (1994) schrijft Söke Dinkla dat interactieve kunst afstamt van de op participatie gerichte kunst van de jaren zestig. Ze noemt de happening, de kinetische omgevingen en het construeren van situaties. De Franse filosoof en architect Paul Virilio beschrijft in het interviewboekje *Crepuscular Dawn* (2002) hoe hij in de jaren zestig bezig is geweest met schuine valvlakken en draaiende tonnen. We kunnen ook denken aan het deurenlabirint van Constant (1972).

Net als de participatiekunst wil de interactieve kunst de toeschouwer aan de actie laten deelnemen. Ze maakt daarbij echter wel de overstep van het fysieke handelen zoals dat aan de orde was in de happening, de situaties en de kinetische omgevingen, naar het mentale proces. Bij één van de eerste installaties van interactieve kunst, *The legible City* van Jeffrey Shaw uit 1988, beweegt de toeschouwer niet meer door een ruimte, maar bevindt hij zich op een vaste plaats voor een bewegend beeld, in dit geval het beeld van een stad die is opgebouwd uit letters. De beweging van het beeld wordt gestuurd door minimale bewegingen van de toeschouwer. Zo bouwt Shaw een conflict op tussen een ‘passieve’ perceptie en een ‘actief’ door techniek en toeschouwer voortgebracht beeld. Als interface gebruikt hij een fiets. De uitnodiging om deel te nemen moet komen van bekend gedrag.

De participatiekunst in de jaren zestig was een aanval, een aanval op het geïnstitutionaliseerde kunstpubliek dat vervreemd zou zijn van zijn verlangens en veroordeeld tot passiviteit. De interactieve kunst van vandaag is een uitnodiging, een uitnodiging aan een publiek dat geconditioneerd is en opgejut wordt door de media, de computer en het internet. Interactieve kunst wordt bedreven door kunstenaars met een nieuw engagement die niet meer in staat zijn zich te laven aan het postmoderne spel met het einde van de geschiedenis. Ze kunnen niet meer opbrengen om als commentator buiten de maatschappij staan, maar willen juist deelnemen aan

de sociale en technologische veranderingen van tegenwoordig. Ze willen deze veranderingen van binnenuit beoordelen. Kortgezegd: ze eisen een rol op als actor en infiltrant binnen de werkelijkheid, d.w.z. binnen de operaties van de hedendaagse controlemaatschappij. In ‘De kunst heeft noodzaak’ (NRC-Handelsblad, 10 september 2004) richt Anna Tilroe, woordvoester van de nieuwe trend, haar pijlen op de autonomie en de theorie van de kunst ten faveure van een werkelijkheid. Zij wil afrekenen met het hogere. In de twintigste eeuw zou de kunst haar autonomie gebruikt hebben om zichzelf te mystificeren. Dit was aanvankelijk een correcte reactie op de rationalisering in de maatschappij en het overdreven geloof in de wetenschap. Volgens Tilroe is deze strategie ontspoord door haar context. Een ‘fatale combinatie van theorie, museum en markt’ gaf ruim baan aan talrijke stromingen en schiep een ‘klimaat van sensatie en commercie’. Zelfs notoire tegenstanders van dit mechanisme, zoals Joseph Beuys, vielen er aan ten prooi. De kunst schermde zich hiertegen af met een theorie die haar autonomie benadrukte. De theorie verhief de kunst tot iets onaanraakbaars, iets ondoorgrondelijks, alleen verstaanbaar voor ingewijden, alleen op haar plaats in het museum en, ik citeer: ‘geschikt voor het grote geld en de speculanten’. De ‘kunstenaars van het nieuwe engagement’ denken de veren van het ‘hogere’ te kunnen afschudden door zich in te voegen in de werkelijkheid. Tilroe: “Ze onderzoeken de werkelijkheid van die samenleving (...), omdat hun idee van werkelijkheid iets is, wat niet in feiten en getallen te vatten valt. Werkelijkheid is interpretatie. En als kunstenaar willen ze weten hoe we haar interpreteren, welke denkkaders we daarbij bezigen en hoe die doorbroken kunnen worden.”

De nieuwe kunstenaars van de werkelijkheid werken vaak samen met architecten, wetenschappers, denkers, theatermakers of gewoon mensen uit de buurt. Tilroe noemt de D-toren van QS Serafin als voorbeeld. De 12 meter hoge toren heeft de vorm van een omgekeerd hart en kan verschillende kleuren aannemen. Hij wordt daarbij aangestuurd door 50 mensen in de stad die frequent op een terminal intikken hoe ze zich op dat moment voelen. Tilroe waardeert dit project omdat het zijn gezicht naar de samenleving keert: “Daar peilt het emoties en legt het witte plekken en dubbelzinnigheden bloot, laat het waarheden wankelen (...).“ Bij een lezing van Serafin bleek echter dat de ingevoerde data niet de werkelijke situatie weergeven omdat de deelnemers hun inbreng om allerlei redenen calculeren. Serafin vond dat zijn project ook heel goed opgevat kon worden als een parodie van de peilingstechnieken van het welzijnswerk zoals die vanaf de jaren zeventig ontwikkeld zijn.

De behoefte om het gezicht naar de werkelijkheid te keren en contact met de samenleving te maken, deze ‘passie voor de werkelijkheid’ (Alain Badiou) heeft de interactieve kunst geërfd van de avant-gardebewegingen in de twintigste eeuw, zoals de Surrealisten, Cobra, Fluxus en de Internationale Situationisten. Het is frappant hoe snel het trefwoord ‘interactieve kunst’ ons voert naar sites waar situationisten als Guy Debord en Constant de meest genoemde namen zijn.

‘Al wat direct werd geleefd heeft zich in een voorstelling verwijderd.’ ‘Het spektakel is het kapitaal dat in zo’n mate geaccumuleerd is, dat het beeld wordt.’ Alle dingen, alle ruimten, alle

facetten van het dagelijkse leven, alle verhoudingen tussen de mensen, worden gecorrumpeerd door een ‘praxis die zich gesplitst heeft in werkelijkheid en beeld’. De terugwerking van het zelfstandig geworden spektakel (‘de autonome beweging van het niet levende’) maakt het leven ‘inauthentiek’ en ‘vervreemdt’ het levende lichaam van zijn verlangens. (Guy Debord, *De spektakelmaatschappij*, 1972)

In de jaren na de Tweede Wereldoorlog werd de bevolking overspoeld met materiele tekens die hen omturnden tot een volgzaam massa van consumenten. Integratie en scheiding waren de kenmerken van de nieuwe spektakelmaatschappij. Integratie omdat het spektakel sociale relaties homogeniseerde door beelden in roulatie te brengen die iedere directe ervaring van het leven verhinderden; scheiding, omdat alles wat het kapitaal mogelijk maakte met technische uitvindingen en rechtvaardigde in naam van de vooruitgang - auto, televisie, vakanties etc. - de condities van de scheiding zou versterken.

‘De informatici hebben de strijd aangeboden tegen iedere vorm van ‘overtollige vrijheid’ door eenvoudigweg bevelen over te dragen. (...)’ (Debord 1963). Het spektakel was niet alleen het belangrijkste kenmerk van de maatschappij, maar ook haar belangrijkste instrument. Het was een actieve kracht die ‘echte’ dialoog en ‘echte’ participatie verhinderde. Daartegenover zochten de Situationisten het ‘authentieke en geïntegreerde’ leven en experimenteerden ze met vormen van soevereine respons. Ze wilden de greep van het spektakel op het individu losser te maken en hem zo speelruimte geven tegenover de (in) werking van de waar (de informatie).

In zijn theorie van het ronddolen (de *dérive*) noemt Debord de ervaring van de stadswijk. Daarbij spelen de ‘voorstelling die haar bewoners en die van andere wijken van haar hebben’ een belangrijke rol. Het ronddolen dient hoofdzakelijk om een mentaal effect te bewerkstelligen; tegen de overgeleverde voorstelling in wordt er een eigen mentaal beeld gevormd. Aan de hand van concrete ruimtelijke ervaringen die zich onttrekken aan de bepalingen van het economische nut maakt het ronddolen nieuwe interpretaties van die omgeving mogelijk. Met haar project de Strip in Vlaardingen claimt onze grootmeesteres van de interactiviteit, Jeanne van Heeswijk, overigens zonder het ronddolen te noemen als methode, dat zij dergelijke herinterpretaties nastreeft. Pedagogie is hier echter eigen aan de daad. De bevolking leren om hun omgeving anders te zien, was ook een programmapunt in mijn project als ‘denker in residence’ in Vlaardingen, ... dat ik niet heb kunnen vermijden.

In zijn *Verhandeling over het konstrueren van situaties* noteert Debord: ‘De konstruktie van situaties begint daar waar de hedendaagse ineenstorting van het begrip spektakel eindigt. Het valt niet moeilijk vast te stellen op welk punt het spektakelprincipe verbonden is met de vervreemding in de oude wereld: de niet-interventie. Omgekeerd kunnen we ook zien hoe met de meest waardevolle revolutionaire, culturele experimenten geprobeerd is de psychologische identificering van de toeschouwer met de helden te doorbreken en deze toeschouwer tot activiteit aan te sporen ... De situatie is zo ingericht dat zij door de scheppers ervan ervaren kan worden. Dan zal de rol van het weliswaar niet passieve maar toch wel min of meer figurerende

‘publiek’ verder afnemen, terwijl de deelname van degenen die weliswaar geen acteurs genoemd kunnen worden maar in een nieuwe betekenis van het woord ‘belevers’, zal toenemen.’ (onderstreping door mij, Wim Nijenhuis)

Een situatie bestaat uit handelingen die verbonden zijn met het vormgeven van een moment. Vormgevende handelingen produceren andere vormen van inrichting waaruit weer andere handelingen (en vormgevingen) voortvloeien. Een situatie is een soort voorlopige werkvloer waar verlangens alle ruimte krijgen. Een situatie is altijd vluchtig en tijdelijk, altijd een collectieve activiteit: ‘Een situatie is een soort theatrale poëzie, poëzie op het niveau van het handelen ...’ (onderstreping door mij, Wim Nijenhuis)

Wanneer we voorbijgaan aan de politieke aspecten van hun retoriek was het ‘functionalistische design’ in al haar facetten de tegenstander van de Situationisten. Het ‘design’ dat alle betekenissen wil vastpinnen op de functionele zin van de vormen, ook die van de woorden en de zinnen, ook die van de groepen en de ruimten, liet geen ruimte voor de spelende mens met zijn eindeloze herinterpretaties. Volgens de Situationisten ontwikkelde het design zich tot een soort politie van gedrag en betekenis waartegenover zij niets minder plaatsten dan ‘eigen en soevereine poëzie’.

In situaties verslapt de houdgreep van de ‘schijn’ en wordt lucht gegeven aan de vrije woeker van het verlangen in en poëtisch soevereine orde van spel, gedrag en betekenisverlening. De zin om door te breken tot de werkelijkheid van de ‘authentieke verlangens’ lag voor de Situationisten in het vlot trekken van de ‘onbeweeglijk geworden geschiedenis’, in het mogelijk maken van een historische gebeurtenis, een breuk, een plotseling optreden van de massa’s, een revolutie..... Ze droomden van het optreden van een historische en collectieve subjectiviteit die in staat was zich te meten met het monster van de wereldgeschiedenis. Hun hedendaagse volgelingen, de interactionisten en geëngageerden met de werkelijkheid die de geschiedenis hebben afgeschaft zullen het moeten stellen zonder de kracht en de energie die toen uitging van de bestemming.

Zijn de interactieve projecten en de experimenten met artists in residence pogingen om onder de condities van vandaag opnieuw situaties te creëren? Kan het ‘onbestemde’ als de laatste productiekraft van de autonome kunst ruimte scheppen voor het ‘poëtische’ in een situatie waarin de betekenis van de dingen, de ruimte en het gedrag volkomen is vastgelegd? Hier beginnen de vragen: kunnen er in ons mediatijdperk, waarin alle gebeurtenissen stand te pede beroofd worden van hun processuele openheid en opgesloten worden in hun beeld, nog wel ‘situaties’ zijn? Kunnen er nog wel gebeurtenissen worden uitgelokt in ons tijdperk, waarin de historische en ook de chronologische tijd belaagd worden door de uitvinding van de real-time? Is de tegenstander die ons veroordeelt tot passiviteit nog wel een ‘design’? Is de passiviteit nog wel gelegen in het passieve? Een voorbeeld: Een jogger zit thuis op zijn hometrainer te trainen en kijkt bezweet naar de zichtbare resultaten van zijn inspanningen op een monitor. In een notendop zien we hoe de technisch bemiddelde feedback in onze real-time maatschappij werkt. De jogger die naar zichzelf kijkt, ervaart zichzelf in de dubbelfiguur van actief

mens en gesloten herinneringsbeeld, dat iedere eenduidige toegang tot de werkelijkheid definitief verhindert.

Hoe gaat de markt om met interactiviteit? Zij gebruikt haar voor een Economie van de Aandacht. (Kunstforum International 148, Resource Aufmerksamkeits, december 1999/januari 2000) De band tussen interactiviteit en aandacht is onverbiddelijk: aandacht is de voorwaarde en het effect van iedere interactiviteit. In onze informatiemaatschappij is aandacht het schaarse goed. Het prominente is de opheffing van die schaarste door accumulatie: prominentie is geaccumuleerde aandacht. Het prominente is het object van een concurrentiestrijd tussen verschillende media in onze samenleving. Stadspolitiek, stadsdeelraden, internet, televisie, kunstuitingen, manifestaties van stedenbouw en architectuur, gebouwen, maar ook het gedrukte en gesproken woord, alle werven om de aandacht van een consument die niet zozeer verstrooid als wel verzadigd en overprikkeld is.

De industriële maatschappij maakte producten. Producten hadden een structuur die samengesteld was uit functie, materiaal en vorm. Hierdoor kon de aan de producten vastgebakken warenvorm niet sluitend gemaakt worden tot een identiteit. De informatiemaatschappij maakt ook producten. Het informatieproduct heeft de structuur van een esthetisch gevormd oppervlak. Zijn tweedimensionaliteit is helemaal toegerust op zijn waarneembaarheid. In tegenstelling tot ‘signalen’ en ‘computercodes’ leent het esthetische oppervlak van de informatie zich juist wel voor een sluitende identiteit. De economie van de aandacht dwingt af dat informatie bewust wordt vormgegeven met het oog op haar zichtbaarheid en haar leesbaarheid wil ze überhaupt waargenomen worden. Omdat het belang van de esthetiek bij het vormgeven van de informatie toeneemt, raakt de arbeidsdeling tussen kunst en werkelijkheid zoals die nog aan de orde was in het industriële tijdperk, in diskrediet.

Tegenwoordig kunnen we niet meer met goed recht zeggen dat informatie aan de kant staat van de werkelijkheid en kunst aan de kant van de illusie. De informatie heeft zo’n vlucht genomen dat het lijkt of dankzij haar de kunst haar oude ketens van de schijn heeft afgeschud, haar band met het museum heeft verbroken en er in geslaagd is de werkelijke wereld van het dagelijkse leven en de gebruiksvoorwerpen in haar praktijken te integreren.

Dit laat zich ook omgekeerd formuleren:

De wereld van alledag, van de waren, de markt, de openbaarheid, zelfs die van de opleiding en de arbeid werd met de opkomst van de technische beeldmedia, de communicatietechnieken en de elektronische massamedia ogenblikkelijk geësthetiseerd. Daarmee verloor de kunst haar exclusieve rol als producent van aandachttrekkende waarneembaarheden. Sindsdien concurreert de vormgegeven wereld van alledag met de kunst die enerzijds wordt opgesloten in haar eigen instituties, zoals het museum, de galerie, de markt en de kritiek, terwijl diezelfde kunst anderzijds gedwongen wordt om steeds weer nieuwe strategieën te ontwikkelen om aandacht te trekken en existentiële waarachtigheid te bereiken.

Wat de kunst ook onderneemt, wat wie dan ook onderneemt op het terrein van de informatie, het trekken en enige tijd binden van de aandacht van het publiek

is het oog van de naald waar alles wat waargenomen wil worden doorheen moet. Wat er niet doorheen komt bestaat niet. Deze regel geldt voor de koopwaar, de gebeurtenis, de politiek, de wetenschap en ... de kunst. De Europese traditie heeft de vaardigheid om aandacht te ensceneren toebedeeld aan de ‘slechte’ wereld van de schijn, waar-tegenover de ‘goede’ wereld stond van diepe contemplatie en reflectie. Om die reden werd in de wereld van de propaganda, de mode en tenslotte de reclame wel nagedacht over het trekken van aandacht en in de wereld van de kunst, de theorie en de kritiek niet.

Hoe werkt de economie van de aandacht? Volgens de theorieën van Simmel, Freud en Benjamin die informatie definieerden als een projectiel dat afgeschoten wordt op de beschouwer, wordt de aandacht getrokken met aanbiedingen die met een shock uit hun omgeving tevoorschijn komen. Denk aan afwijkingen of verstoringen van de gewone gang van zaken. De aanbiedingen moeten waargenomen kunnen worden door een vluchtige blik die ook nog met iets anders bezig is. De shock zelf is primair een aandachtschenkende reactie op een gebeurtenis. Zijn intensiteit kan zo hoog zijn dat hij verlamt of in paniek brengt. Deze regel van de aanbieding en de shock is ook de doorslaggevende regel van de mode.

Bij de shock hoort een klein oncontroleerbaar ogenblik van stilstand: de ban, of de fascinatie. De shock is niet alleen verstarring, maar ook aantreking, ze spreekt iets aan ... ergens ... in ons. De aandachtschenkende shock komt overeen met onwillekeurige aandacht of een oriëntatiereactie. Zij is de voorloper van de willekeurige, of gerichte aandacht die kan worden gestuurd en vastgehouden door processen van interactie bijvoorbeeld. Zo niet dan wordt de oriënterende aandacht bij herhaald aanbod van hetzelfde snel tenietgedaan door de gewenning.

De volgende stap om aandacht te accumuleren is dan de productie van het prominente. Het prominente is geaccumuleerde aandacht en is resistent tegen herhaling. Net als de shock komt het prominente naar voren vanuit het vertrouwde en het gewone. Het is er echter niet uit op om te fascineren, maar om oriëntatie aan te bieden in een onoverzichtelijk veld vol opties. Terwijl de shock altijd de enkeling treft, kan het prominente veel mensen aan zich binden. De fans van televisieprominenten zijn daarvan het duidelijkste voorbeeld. Het prominente trekt aanvankelijk de aandacht door ‘op te vallen’. Is de aandacht getrokken en geaccumuleerd, dan wordt het prominente de prominent: een sociaal fenomeen dat een zekere druk tot aanpassing uitoefent en een zekere mate van sociale samenhang afdwingt. Hier functioneren niet alleen ‘opvallen’, ‘nieuwigheid’ en ‘verandering’, maar ook de herhaling van hetzelfde tot aan de imitatie toe.

‘De werkelijkheid is een hallucinatie die wij gemeenschappelijk opwekken. In de aandachtsruimte van ons fantasielandschap bezetten de groten en de machtigen een oneigenlijk groot aandeel.’ (Howard Bloom)

Aan de keerzijde van de economie van de aandacht en het prominente als haar typische warenvorm verdwijnt alles wat niet prominent is uit de waarneming en wordt overgelaten aan de vierde wereld van de vergetelheid. En let op, de vierde wereld groeit sneller dan de derde.

Vanuit de vierde wereld komt het soe-

vereine antwoord op de economie van de aandacht in de vorm van graffiti, vandalisme, gijzelingen, migratie en ...

Kortgeleden zag ik op televisie hoe een griezelfilm verklaard werd met de volgende uitspraak: ‘In de wereld van de marketing is alleen de voorstelling werkelijk, d.w.z. wat zich afspeelt in de hoofden van de mensen. De rest is illusie.’

Tegenover de moord op de werkelijkheid door de interactiviteit en de cybernetische marketingtechnieken staat het radicale denken.

Het radicale denken zoekt geen relatie met de werkelijkheid.

Het radicale denken werpt geeneens een blik op de werkelijkheid.

Het radicale denken stelt zich op aan de kant van de hallucinatie.

Het radicale denken streeft naar een poëtische gebeurtenis in de wereld van het denken zelf.

Het radicale denken denkt dat een gebeurtenis in het denken gepaard gaat met een gebeurtenis in de werkelijkheid.

Het radicale denken gaat voorbij aan de dwang tot identiteit, voorbij aan de regel van de informatie. Losgeslagen van hetzelfde kan een radicale gedachte ons direct en aan deze zijde van de uitbeelding raken op het niveau van de intuïtie. Daar kan ze ons verrassen en helpen de weg te vinden naar de constructie van ons eigen mentale beeld. Men zegt dat de toename van de gevoelloosheid en de ontmenselijking van de mens te wijten is aan de afwezigheid van mentale beelden (de afwezigheid van de ziel).

‘Hoewel het zaak is onze lichtge-
lovigheid in te ruilen voor een diep wantrouwen, betekent mijn pleidooi voor het einde van de vroomheid niet het einde van de sympathie. Tot de dag van vandaag heb ik de Hoogstraat, die zo te lijden heeft gehad onder de verminkingen van de moderniteit, diep in mijn hart gedragen met een oneindig medelijden.’

Als de producten tot je spreken...

Op het moment dat je een bos plant, is natuur cultuur geworden. En op het moment dat je wekkerradio uit eigen beweging met je Senseo communiceert, is cultuur natuur geworden. Nieuwe technologie gaat ons begrip van natuur ingrijpend veranderen, voorspelt kunstenaar en onderzoeker Koert van Mensvoort.

Auteur: Koert van Mensvoort

Allereerst wil ik een persoonlijke bekenenis doen: ik kan niet inparkeren. Overall zie ik auto’s moeiteloos parkeervakken inglijden. Het lijkt zo simpel, zelfs analfabeten kunnen het! Maar mij lukt het nauwelijks om mijn auto zonder horten, stoten en bumperbotsen in het parkeervak achter te laten. Voor u verder leest, beseft u dat deze tekst geschreven is door iemand die niet kan inparkeren. Doorlezen op eigen risico.

Verlengstuk

Als we mensen vragen wat ze onder media verstaan is dit de top drie: internet, televisie, telefoon. Voor iemand die niet kan inparkeren ligt het ingewikkelder. Mijn definitie is breder: media is alle technologie die functioneert als verlengstuk van ons menselijk lichaam. Onze zintuigen, ledematen en organen groeien door in de media die we gebruiken. Televisie als verlengstuk van je ogen, een jas als verlengstuk van je huid, de auto als verlengstuk van je benen. Ik ben een slechte inparkeerder, omdat ik mij te bewust ben van de auto als medium. Ik bestuur mijn auto met de mindset van een wandelaar, dat werkt niet. Mensen die wel goed kunnen inparkeren, ervaren hun auto als onderdeel van hun lichaam. Dat is het verschil. Als twee auto’s op elkaar botsen is de kans groot dat de bestuurder van de getroffen auto zal uitroepen: “He! Je hebt me geraakt!” in plaats van “jij raakte mijn auto.” Of om precies te zijn “jouw auto raakte mijn auto.” De auto absorbeert onze identiteit; wat het voertuig voelt, voelen we zelf. Een ander voorbeeld is de mobiele telefoon. Vijftien jaar geleden had niemand een GSM, vandaag iedereen. Wanneer je per ongeluk je huis verlaat zonder je telefoon heb je het gevoel dat je iets mist. Alsof je geamputeerd bent, alsof een lichaamsdeel thuis op tafel hebt laten liggen. Je loopt gauw even terug naar huis om dat vergeten lichaamsdeel, de telefoon, op te halen. Naar het schijnt, zijn er mensen die hun mobiel in hun graf willen meenemen. Dat verbaast me niet. Wat me wel verbaast is de naïviteit waarmee mensen over media praten. Het gebrekkige media beseft.

Als mensen over ‘media’ spreken, hebben ze het meestal over de media die nog niet bestonden in de tijd van hun grootmoeder. Met andere woorden, we spreken vooral over media als we ons het ontstaan bewust zijn. Deze nieuwe media zitten nog in ons voorhoofd; we zijn nog niet gewend aan hun aanwezigheid, we houden ons er bewust mee bezig. Met de oude media zijn we vertrouwd en gelukkig ook maar! Het zou bijzonder onhandig zijn als ik iedere keer wanneer ik een boodschappenlijstje schrijf, mijn schoenen aantrek of een lichtknop indruk me bewust moet zijn van mijn mediagebruik. Pas wanneer we als zodanig over ‘media’ reflecteren, beseffen we dat ze van alle tijden zijn. Al eeuwen leven we in een virtuele realiteit, die we ook wel met het woord ‘cultuur’ aanduiden. We proberen onze omgeving te controleren met media. Het dak boven je hoofd, elektrische verlichting, afwasmachine, centrale verwarming.

Gebukt onder de technologie

We leven in een mediatijdperk, dat is niets nieuws. Maar het is wel een mediatijdperk met ongelooflijk veel slecht ontworpen media. Dagelijks bewegen miljoenen mensen een muispijlje op een computerscherm. We wijzen naar icoontjes en knopjes. We klikken er op. We tikken letters op een zogenaamd ‘toetsenbord’ - waarvan de tekens zo zijn geordend, dat de kans dat de hamertjes van de typemachine elkaar raken minimaal is. Waarschijnlijk zullen de geschiedkundigen van de toekomst het informatietijdperk en het industriële tijdperk op één hoop vegen als de tijd waarin de mens gebukt ging onder zijn technologie. Let’s face it: de ‘moderne’ kenniswerker is de lopendebandmedewerker van onze tijd. Ik mag hopen dat we over honderd jaar smakelijk kunnen lachen over deze absurde situatie waarin we de hele dag gebukt naar een beeldscherm zitten te staren. Gelukkig wordt er hard gewerkt aan een einde aan deze situatie. Het idee om de gehele wereld in de computer te brengen, waarin de mens zichzelf mag uploaden, wordt geleidelijk verlaten. Momenteel introduceert men de computer in de fysieke wereld. De meest zichtbare (en tevens meest fantasieloze) uitwas is de ongebreidelde verspreiding van computerschermen in kantines, supermarkten, treinstations. De openbare ruimte wordt er mee vol gehangen. Volgens officiële Arbo-normen mag een kenniswerker maximaal zes uur per dag achter een beeldscherm werken. Is in die zes uur ook de blootstelling aan de schelle LED-bakken in straten en op pleinen inbegrepen? Het geeft mij in ieder geval een ranzig gevoel wanneer ik na een lange dag kenniswerken wederom gedwongen wordt om in een beeldscherm te kijken dat ergens lukraak in de openbare ruimte staat opgesteld. Vooral publieke schermen met Windows systeemfoutmeldingen stemmen mij bedroefd.

Ecologie van apparaten

Onze leefomgeving wordt in toenemende mate geopenetreerd door beltonen, pinautomaten en reclameborden. Wie zijn dagelijkse boodschappen bij Albert Heijn afrekent met pinpasje, verricht niet alleen een handeling in het filiaal van deze grootgrutter, maar handelt eveneens in de ‘postgeografische’ ruimte van cyberspace. Nieuwe media muteren ons besef van tijd en ruimte. Waar onze omgeving voorheen uit dingen was opgebouwd, zien we tegenwoordig overall informatie. Filosoof Vilém Flusser leerde ons dat een houten tafel ‘geïnformeerd’ hout is; hout dat een vorm opgedrongen kreeg. Een ander voorbeeld. Zijn uw sokken al voorzien van RFID-tags? Goede hoop dat Google de verloren sok voor u vindt. Het internet der dingen is under construction. De computers worden steeds kleiner: van mainframe (gewicht: 30 ton) tot desktop tot rijstkorrel. De rekenkracht van computers wordt compacter en kan over objecten worden gedistribueerd. Inmiddels bevat een mobiele telefoon meer rekenkracht dan de krachtigste mainframe uit de zestiger jaren. Steeds meer ‘slimme’ apparaten bevolken onze leefwereld. Wie bij een doorsnee elektrotechnisch bedrijf naar de ‘intelligente producten en systemen’ informeert, krijgt een keur aan frisdrankautomaten en automatische slagbomen onder ogen. Onderzoek van de UNHCR voorspelde dat het aantal huishoudelijke robots tussen 2005 en 2007 zou verzevenvoudigen. Omdat we geen tijd hebben al onze slimme grasmaaiers, alarmwek-

kers, broodroosters en deurbellen te bedienen zullen ze zichzelf moeten organiseren. Het huis van de toekomst bevat een ecologie van apparaten.

De grens tussen personen en producten vervaagt

De producten die we gebruiken structureren ons leven. Televisie, frituurpan, mobiele telefoon. Het individuele kopje koffie uit de Senseo machine sluit aan bij de individuele vluchtige levensstijl die we prefereren boven de ouderwetse koffiepote. Maar al te vaak geldt voor de producten die we ontwerpen, dat ze ons ontwerpen. We zijn dus niet alleen gebruikers, we worden ook gebruikt. Ziet u de contactadvertentie voor zich: ‘Product zoekt Gebruiker’. Iedere hobbypsycholoog weet onmiddellijk dat deze relatie niet op basis van gelijkwaardigheid tot stand komt en daarom geen toekomst heeft. Het beroep ‘product ontwerpen’ treedt een nieuwe fase binnen; de functionele problemen zijn grotendeels opgelost. Ontwerpers krijgen de taak producten te voorzien van meer abstracte kwaliteiten, die niet direct aan een functie relateren. De trend van esthetische vormen, fijne kleuren en ergonomie valt te extrapoleren tot producten die een sociaal psychologische relatie met ons gaan onderhouden. ‘Love Me Baby!’ het product als vriend, huisdier of warm nest. Conclusie: De grens tussen mensen en producten vervaagt.

Psychopathische producten

Stel dat we intelligente producten als personen zouden zien. Wat voor personen zijn dat dan? Laten we de hobbypsycholoog er nog even bij roepen. Psychopaten hebben - vanwege hun gebrekkige emotionele diepgang - vaak grote problemen in hun gevoelens en relaties met anderen. Een psychopaat beschouwt andere mensen als objecten die te manipuleren zijn en ziet zichzelf als de belangrijkste persoon die er is. Een psychopaat is oppervlakkig in contact en probeert zich beter voor te doen dan hij is. Zijn ‘emoties’ doen vaak aan als dramatisch, kortstondig en onecht. Herinnert u zich de ‘behelpzame’ paperclip in Microsoft Word weer? Een andere bij intelligente producten veelvoorkomende persoonlijkheidsstoornis is autisme. Autisten worden gekenmerkt door hun beperkingen in sociale interactie en communicatie. Ze kunnen zich geen voorstelling maken van de gedachtenwereld van een ander. Ze leven in een eigen wereld, vaak beheerst door feitjes en regeltjes. Zo kon het gebeuren dat ik mijzelf onlangs schreeuwend aantrof, bij een automatische slagboom: “Laat me naar binnen! Ik werk hier!” De intelligente slagboom was onberispelijk. Hij wist zeker dat mijn auto niet in zijn systeem zat. Dat ik hem al jaren dagelijks voorbij fietste was hem blijkbaar ontgaan. Het valt niet altijd mee om te leven in een wereld vol met autistische en psychopathische producten.

Het rustgevend geluid van een dieselmotor

In tegenstelling tot de meeste mensen die menen dat er steeds meer media komen, betoog ik dat de media aan het verdwijnen zijn. Dat wil zeggen, de media verdwijnen langzaam maar zeker uit ons voorhoofd; we hoeven ons er niet meer bewust mee bezig te houden. Waarom ervaren we het geluid

van krekels of de zee als rustgevend, in tegenstelling tot bijvoorbeeld, het geluid van een dieselmotor? Technologie wordt meestal niet geassocieerd met rust en harmonie. Waar machines vroeger grof, log en roestig waren worden ze steeds compacter, transparanter en licht als zonneschijn. Werkelijk hoogstaande technologie maakt zichzelf onzichtbaar. Je herkent het niet als technologie, je gebruikt het gewoon. Een warme winterjas, een fijn paar sportschoenen of een sierlijke vulpen ervaren we niet als technologie. Ook al zijn de sportschoenen niet minder geavanceerd dan de computer op uw bureau. Geslaagde media toepassingen zijn als natuurlijke fenomenen: vanzelfsprekend, ecologisch en evolutionair ingepast in hun omgeving. Nu ik er over nadenk... Mijn stofzuigrobot heeft al wel wat weg van een huisdier. Het apparaat is lichtelijk autistisch, maar de charme waarmee hij door het huis zoekt maakt veel goed. Hij kent alle trappen en de kat is zijn vriend. Wist u trouwens dat binnenkort de allergievrije kat op de markt komt? Het is wachten op een bedrijf dat de stofzuiger en de kat integreert tot één product. Vreemd idee? Ik weet het niet.

Next Nature

De ingrijpende wijze waarop nieuwe media onze leefwereld veranderen valt moeilijk te onderschatten. Vijftien procent van de Japanse tien- tot veertienjarigen weet - als gevolg van een opvoeding door videogames en Tamagotchi - al niet meer dat de dood onherroepelijk is. Japan is de meest technologische samenleving ter wereld. Maar ook wij leven in een technologische cultuur. Biotechnologie, nano-technologie, ambient intelligence, augmented reality en tissue engineering zijn slechts enkele van de nieuwe vakgebieden waarmee we onze toekomst tegemoet treden. Al deze vakgebieden grijpen radicaal in op ons begrip van ‘wat natuurlijk’ is. Het is om die reden dat we ze samenbrengen onder de noemer ‘Next Nature’. Kort samengevat: de media verdwijnen, de natuur neemt het over. Het is belangrijk te beseffen dat ik hier niet de natuur bedoel, zoals we hem kennen uit de Disneyfilms. Verre van, dit is echte natuur. Wilde systemen, genetische surprises, kalme technologie, autonome machines en prachtige zwarte bloemen. We treden een tovertuin binnen die ons verrast, verwondert, soms neerslaat en soms gunstig gestemd is. Succes met inparkeren!

Dat wordt hen nauwelijks gevraagd. Dankzij internet kan iedereen nu zelf een kijkje nemen in de gedachtewereld van Nederlands-Marokkaanse meisjes. Marokkaans-Nederlandse meisjes zijn veel op internet te vinden. Ze discussiëren op sites als Maroc.nl en Marokko.nl over actuele thema's in Nederland en in het land van herkomst. Hun gesprekken gaan bijvoorbeeld over het huwelijk, godsdienst en – natuurlijk - de liefde. De reden dat meisjes zo veel op het web te vinden zijn, ligt in hun relatief beperkte bewegingsvrijheid. In de beslotenheid van hun eigen kamer staan zij in direct contact met de wereld. De anonimiteit van het discussieplatform geeft hen de gelegenheid om open te praten over de dingen die hen bezighouden, maar die ze niet gauw met een bekende durven te bespreken. Een populair forum onder tienermeiden en jonge vrouwen is Yasmina, een onderdeel van Marokko.nl Virtual Community (MVC). Hoe actief is Yasmina? Een van de oprichters: “Om je in een indruk te geven: we krijgen ongeveer tienduizend berichten per dag. De helft van de leden schrijft zelf berichten en de andere helft volgt de discussies zonder zelf een bijdrage te leveren. De twintig actiefste auteurs posten gemiddeld tien tot dertig berichten per dag op het forum.” De schrijvers, met nicknames als Couscousje, Womanpower en Marocgirl zijn vooral op Yasmina te vinden omdat ze “een eigen plek” willen hebben en een plaats waar je “geloofsgenoten” kunt ontmoeten. En natuurlijk omdat het “een super site” is. Aan de andere kant was er bij enkele leden, vooral bij diegenen die de debatten al meer dan een jaar volgden, enige teleurstelling over het gebrek aan serieuze reacties. “Vroeger was het leuker, het is een kinderhoekje, ik kom er minder.” De Yasminaleden vinden het prettig dat de site anoniem is. Het geeft allochtone jongeren nieuwe kansen om te experimenteren zonder de sociale controle van de ouders of gemeenschap. Het biedt hen een ongekende autonomie, waarbij jongeren ervaringen kunnen opdoen buiten de eigen directe leefsituatie. Een meisje vertelde dat ze op een bijeenkomst van Marokko.nl wel eens mensen heeft ontmoet die ze kende van Yasmina. “Maar na de kennismaking veranderen mensen meestal. Persoonlijk contact is moeilijk in onze cultuur, je weet nooit wie je kunt vertrouwen.” Een moslima krijgt van verschillende kanten te horen hoe ‘ze zou moeten zijn’; van haar familie en haar geloofsgemeenschap, en ook nog eens van de omringende seculiere samenleving. In de discussies op Yasmina zie je hoe de moslimmeisjes tussen die verwachtingen laveren om hun eigen weg te kiezen. Op het forum spiegelen ze zich in de berichten van anderen, om te weten waar ze staan en bij welke groep ze horen. Zo vormen ze een beeld van hun eigen identiteit, van hun plaats in de eigen gemeenschap en in de Nederlandse samenleving. In hun woorden op Yasmina klinkt die zoektocht naar ‘het zelf’ door. In de forumdiscussies op Yasmina neemt het huwelijk een belangrijke plek in. Bij de opvoeding van een Marokkaans meisje geldt behoud van maagdelijkheid als een belangrijke voorwaarde voor het sluiten van een goed huwelijk en de ouders spelen een belangrijke rol in de besluitvorming. Maar in de stereotype beeldvorming over moslimmeisjes, vinden we maar weinig terug van de strijd en onderhandelingen rond het huwelijk. Op Yasmina zie je hoe de meisjes het proces – of ze gaan trouwen en met wie – weldegelijk proberen te beïnvloeden, al dan niet met succes. *Drie voorbeelden hoe Nederlandse moslima's hun plaste banalen in nonalaira discussies*

De ‘kunst in de openbare ruimte’ bekommert zich vervolgens om de waarden van de vrijheid (Jeanne van Heeswijk) en de onbestemdheid (Jeroen Boomgaard). Enerzijds maken deze waarden deel uit van een kunstbedrijf dat zich genoodzaakt ziet tot zelfpromotie en reclame en daarom ook de kritiek en het negatieve commentaar absorbeert als een promotiemiddel. De techniek van de interactiviteit dient om deze waarden te delen, te ruilen en te verspreiden onder een publiek en tegelijkertijd dit publiek te binden aan de verschillende domeinen van het kunstbedrijf. Anderzijds leeft dit kunstdomein op zijn beurt weer van de (kritische) verwachting een ongeval, een onderbreking, of een opening te kunnen produceren in de ogenschijnlijk oppermachtige processen en het onaantastbare verloop van de dingen in de werkelijkheid. Kritische aanslagen op het instituut van de kunst en het kunstbedrijf, zoals het lanceren van de hypothese dat ze afval en waardeloosheden omzetten in waarden, zullen hoogstwaarschijnlijk zonder consequenties blijven. Ook de hypothese dat we tegenwoordig kunstvormen adoreren waarin waarde wordt gegenereerd zonder dat er sprake is van verdienste (Bij BIG BROTHER verlenen banale presentie, of het presenteren van banaliteiten roem en rijkdom aan ‘five minute stars’ die geen enkele verdienste hebben; Paris Hilton slaat geld uit zinloze aanwezigheid en Oprah Winfrey verdient zelfs als ze slaapt nog steeds 1000 dollar per minuut) zullen geen indruk maken. Kritische aanslaaon op het instituut van de kunst en het kunstbedrijf, hoe hard en geslepen dan ook, worden moeiteloos geabsorbeerd als producenten van waarde. Het gaat er namelijk n over de kunst, maar dat er überhaupt wat over wordt gezegd. De doorslaggevende factor voor de waardebepaling van een uitspraak is de publieke aa Daarmee wordt de kunst onverbiddelijk onderworpen aan de regels van de reclame (Marc Primlott). Daarom is de motor van de kunst de roem, of abst ‘het primaat van de zichtbaarheid’ (Camiel van Winkler). Daarna komt als vanzelf . . . het geld. Door dit mechanisme komen de kunsttheoretische legitim torische begrip van de kunst aan de zijlijn te staan. Vanaf de negentiende eeuw speelde de kunstgeschiedenis een belangrijke rol door de kunst te voorzi verschaft ze die met de profetie van Utopia, daarna met de gedachte van de anticipatie op de (historische) gebeurtenis, vervolgens voedde ze de kunst het postmoderne afscheid van de geschiedenis en tenslotte verschaft ze energetische spanning met het idee de kunst te fuseren met de werkelijkheid. De godfathers van de kunstgeschiedenis zoals Hegel en later Marx voorzagen het einde van de kunst omdat deze na haar werk te hebben gedaan zou op Intussen weten we dat dit niet is gebeurd. In plaats daarvan hebben we de algemene esthetisering van het bestaan gekregen, de Disneyficatie. Op de eer de kunst aan haar bestemming voorbij gegaan. Aan gene zijde van dit punt raast ze - voortaan als kunstbedrijf - voort door een lege tijd die geen beste Toen ik in maart 2004 aan de politiek en de ambtenarij van Vlaardingen vroeg wat ze van mij verwachtten als ‘denker in residence’ in een situatie was menging van kunst en ruimtelijke ordening was voorzien, kwamen de volgende thema's naar voren: Kunst als economische stimulans is de kerngedac stad. In The rise of the creative class (2002) stelt Richard Florida dat alleen al de aanwezigheid van een zogenaamde creatieve klasse de economie v; bevorderen. Het grote voorbeeld is de wijk Soho in New York. In Loft living (1982) beschrijft de sociologe Sharon Zukin hoe deze met de ondergan; met werkplaatsen dankzij de spontane instroom van kunstenaars veranderde in een trendy wijk met winkels en galleries. Deze gentryfication veroe stijging van de huren en de grondprijzen, waardoor er zich geen kunstenaar meer kan vestigen. Hetzelfde effect, maar bemiddeld door een golf van r het Guggenheimmuseum in Bilbao. Florida concludeert uit deze trends dat creativiteit het kapitaal van de toekomst is. De creatieve stad is intussen Overal in Nederland zijn de gemeenten aan het uitrekenen hoe ze de creatieve industrie binnen hun grenzen te eelde kunnen maken hoe ze nieuwe cre ren aantrekken en hoe ze zie entertainmentbedrijven hore de belangrijkste producent v; Metz, Creativiteit is geld wa Bij de waarderigen van de p viteit en marketing beheerser consequentie van het geloof i Voor de marketingstrategie v Tracking is de nieuwe techni

De meest basale verklaring voor het feit dat Nederland achterloopt op and licht dat er geen handel zit in open-sourcesoftware; het is immers gratis. En de Hollandsche handelsgesest. Van het maken van open-sourceprogramma's maar de software kan indirect wel economische voordelen opleveren. Op is innovatief en kostenbesparend. Niet alleen omdat de software gratis is je de software heel specifiek kan aanpassen op een organisatie. Open-sou nature een product dat een sterk secundaire of afgeleide economische bet de ontwikkeling van de software zelf, maar haar toepassing is van waar behalve over de ontwikkeling van gespecialiseerde diensten bijvoorbeeld o producten en de integratie van open standaarden in nieuwe (media)-techn onderliggende open-sourcesoftware waren die niet mogelijk geweest. Maar wikkeling van de software zelf nog niet tot een economisch rendabele on beginne werd open source wel eens vergeleken met een gift-economie: zola cadeautjes bleef geven in de vorm van bijdragen aan de open-sourcesofi waarde exponentieel stijgen. Inmiddels is er een rationelere grondslag gev; dersteunen van de ontwikkeling van open-sourceprogrammatuur. Het colle belang staat daarbij centraal. De redenering is simpel: Als het zo is dat op e een cruciale (want kostenbesparende en flexibiliserende) rol kan spelen i van nieuwe innovatieve diensten en producten, is het belang van open so dent. Echter, omdat de ontwikkeling van de software zelf het duurste en e onrendabele deel van het proces is, zullen individuele mediatoren alles voorzien in de ontwikkeling van open source : bestaande open source software te gebruiken hier dus een taak voor publieke instituties, con; ontwikkeling van open source software mogeli Het blijft natuurlijk de vraag of Nederland toc open-sourcesoftwareprojecten. Moeten we in e denken? Ik vind van niet. De kracht van Euro; culturele diversiteit. Dat geldt ook voor softwa verzameling objecten en processen. Software t met elkaar communiceren; denk bijvoorbeeld e dus invloed op hoe we met elkaar omgaan en eerste orde. Net zoals iedereen het meer dan tv-zenders zijn in een pluriforme samenleving wils' moeten zijn. Diversiteit van software is Daar kunnen quasi-universele softwareplatfor weinige grote en continue open sourceproject content management systeem (cms) met open en een geavanceerde portaalfunctionaliteit. Ni ware is voortgekomen uit een langdurig ontwik voor nieuwe media van de omroep-organisatie. als open-sourcesoftware vrij te geven en richt ningsorganisatie op. De omroeporganisatie sch MMBase komt het best tot haar recht op sites : radio538.nl zijn voorbeelden van sites die me wilt maken met een wiki-achtige structuur, is h de keuze van een softwaresysteem belangrijk ontwikkeld is. Een andere reden waarom er ni het tegengaan van monopolievorming. Mijn e sourcesoftware komt voort uit mijn werk voor De Balie was op zoek naar een applicatie vo lende live-programmering. We kozen ervoor - de functionaliteiten van dat systeem zijn handi multidisciplinaire cultuurcentra en muziekclul en langduriger dan we hadden gedacht. Maar c de MMBase-gemeenschap en een eenmalige r 'Nationaal Actieplan Elektronische Snelwegen

is inmiddels een stabiele en veelzijdige applicatie voor cultuurprogramming. geavanceerde discussie- en communicatiemogelijkheden en het vertonen van audio en video (de MMBase-factor). In samenwerking met de MMBase-organisatie zijn we nu bezig met de voorbereidingen voor de open-sourcesoftware van CultureBase. Die is gepland in het najaar van 2007. Door de meerjarensubsidie van het Nationaal Actieplan Elektronische Snelwegen had De Balie veel mogelijkheden om te experimenteren. Ze hebben The Living Archive opgezet. In dat project onderzoekt De Balie nieuwe manieren om het publiek langs elektronische weg actief en 'live' te laten deelnemen aan cultuurprogramming. We experimenteren met programmaformats waarin mensen kunnen reageren op live-uitzendingen op internet via de chat, SMS en via de webcam. Verder doet De Balie onderzoek naar de vraag hoe het internet als immens archief te verbinden is met het internet van de live action: streaming media, online polls, communicatie via het mobieltje en multi-useromgevingen (o.a. live-uitzendingen in een virtueel theater in Second Life). Vandaar de naam: The Living Archive. De formats testen we in live program-

Het subjectieve karakter dat de blogjournalistiek typeert, is altijd al een belangrijke eigenschap van de popjournalistiek journalistiek en de 'gewone' nooit echt heeft geboterd. Popjournalistiek is immers vanaf het begin zever van het woord 'pop' – altijd de luis in de pels van de gevestigde orde geweest. Pop is immers van het volk, wars van j democratisering van de populatuur in de jaren negentig – waarin hoge en lage cultuur opzichtig met elkaar flirten en zijn er in de ons omringende landen tijdschriften ontstaan die gelden als de gangmakers van de hippe, vooruitstrev golden als vertegenwoordigers van die nieuwe journalistiek. Eentje waarbij pop en intellect hand in hand gingen. Bl onder het voetlicht brachten. Aan ons land is deze ontwikkeling grotendeels voorbij gegaan. Buiten het kortstondige land altijd een strikte scheiding gekend van cultuurgebieden. Film, mode, literatuur, muziek. Overal bestaan aparte ti eeuwswisseling was het aanbod aan muziekbladen in ons land nog behoorlijk uitgebreid. In een relatief korte tijd ver; Samsonic, Opscene, Update en Watt. Een directe relatie met de opkomst van de ponjournalistiek op internet klinkt nl teorders ligt als reden meer voor de hand. Nog steeds is de markt voor popjournalis twee grootste popbladen FRET en Aloha. Het grootste danceblad van ons land, Rele te verkrijgen lezen als Fret en LiveXS komen nauwelijks tot een acceptabel jour van ons land - herrenzen DJ Broadcast heeft potentie, maar is vooralsnog te instabie vechten kleinschalige bladen om het voorbestaan. Kleine bladen – zoals Aardschok listiek wel degelijk interessant. Door de marginaliteit kunnen ze echter geen stemp tijdschriften dat wel deden. Al is er in Nederland nooit e

Het enige serieuze popmuziekmagazine dat Nederland oorzaakt door gebrek aan concurrentie, is daar debat aa Maar de kansen van het internet worden vooralsnog niet; geschiedenis. In 1996 zijn de eerste tekenen zichtbaar: d met breakbeat, een vorm van elektrische dansmuziek. Ic wordt niet alleen over muziek geschreven maar ook ove later maakt de nieuwsbrief plaats voor een weblog die VPRO's 3voor12 mag ook niet onvermeld blijven. 3voor; biedt radio, concertregistraties, tv en geschreven nieuw; de prestigieuze Europese Prix-award, heeft zonder meer als het lichtende voorbeeld. Op de schrijvende journalis vaak van een erg laag niveau en de onderwerpkeuze kan Nederlandse websites als Face Culture en Toazted begev

We weten allemaal dat de wereld zich niet laat controleren, het is een illusie dat we nadenken over hoe we controle willen uitoefenen. Of wanneer we er juist van afzien. een bewuste handeling. Aan controle loslaten hangt toch de connotatie van controle ik het ontwerp over aan de grillen van de gebruiker, van een formule? Ik zal een v mocht ik de visuele identiteit ontwerpen. Ik zocht naar iets anders dan een traditionee is. Het logo werd kleur. Geen vorm, alleen kleur. En niet één kleur, maar een kleur - kleur van gisteren de input vormde voor de kleur van vandaag. Door de controle voo; die ik zelf niet zou kiezen. Teveel roze tinten bijvoorbeeld. Maar juist het resultaat kunstruimte soms aangepast aan de kleur van de dag. Op www.quarantine.nl zie je c In mijn project www.sky-catcher.nl wordt het uiterlijk van de website niet ment uitziert. Op het dak van De Balie in Amsterdam heb ik een fococamera; -plein maakt. De foto's worden automatisch getipload en vormen elk vijf minuten l vloed van het weer, de wolkenformaties, de cyclus van dag en nacht en kunstlicht. Ve Alle foto's blijven op de website staan. Daarmee is het een gigantisch archief met t De foto's van de lucht op een dag kun je ook als animatie afspelen. Verder is er een j organische figuren te zien tegen de achtergrond van het zwart van de nacht. In die i winter en de stand van de maan. Voordat ik de controle weggeef, moet ik wel een s; welke factoren het ontwerp beïnvloeden, maar ook aan welke regels en eigenschapl nismen. Onze wereld bestaat uit ontelbare organismen, systemen die steeds compl; functioneren los van elkaar, maar zijn ook van elkaar afhankelijk; ze beïnvloeden el; natuur terugkomen in de economie en de cultuur. Er verschijnen ook spontaan nieu; dat niet toe te schrijven is aan A óf B, maar aan de interactie tussen A en B. Mijn ont een paar eenvoudige regels mee en doordat die regels op elkaar reageren, verrast h; ontwerp gaat een eigen leven leiden. De website die ik maakte voor het Sandberg I; bestaat uit een matrix-grid met gelijke vierkanten. Wanneer je met de muiscursor over de matrix beweeg cursor volgens bepaalde regels (massa-veer-krachten) en werken zo op elkaar dat je de matrix als elastisch en p gedrag van de matrix. Het suggereert een tactiele ervaring. Een ander voorbeeld waarin ik de controle over catalogus voor een kunstfestival. Dwaars door de officiële catalogus met alle kunstenaars en hun werken, loo; ontstaansgeschiedenis staat letterlijk tussen de redactionele tekst en beeld van het festival. Door de mix van twee Soms overwoekert de tekst over 'het proces' en andere pagina's andere zijn leeg en nuchter. Op die manier ve de evolutie van het boek, soms vrijwijd, soms homogeen. Met dynamisch ontwerpen ontstaan vormen die z op het ene moment zo, maar op het andere weer anders. Het ontwerp ondergaat een permanente verandering. niet in het ontwerp van de verschillende momenten. Een voorbeeld van dynamisch ontwerpen is het visualiser

De hypertextstroman past goec sel. En lezen is de activiteit di; verschijnt er geen tekst, de link uitstippelt. Zulke teksten hebbl om de komst van de elektronis

404 Page Not Found

The server has not found anything matching the Request-URI.

No indication is given of whether the condition is temporary or permanent.

Het fenomeen weblog illustreert het best hoe 'web 2.0' kon ontstaan dankzij d konden inhoudelijk niet overweg met de menustructuur, de architectuur van een nieuwe software kan iedereen zonder veel omhaal direct foto's, teksten of filmp plaats te danken aan de inhoud, maar meer aan over de techniek die het medium ingezonden brievenrubriek: eenrichtingsverkeer werd tweerichtingsverkeer. H; volgende vraag is of de technologie die aan de weblog ten grondslag ligt, jour; krant. Maar het is niet persé zo dat snelheid en chronologisch artikelen en react Ook de beeldende 'burgerjournalistiek' is naar mijn onbescheiden mening nog dat met een Bic balpen te openen is, wordt keer op keer opgevoerd als bewijs; lente. Iemand die een reissite opent is nog geen goed reisbureau; een amateur di minder dan in andere media of nieuws 'relevant' is. Consumenten bepalen steef of een weblog naar je reportage of artikel linkt. In die zin hebben web-logs wel - de x-factor: dat wil zeggen het onderscheidende, bijzondere, appelerende. En d Verleiding (Volkskrant) en politici die op tv flirten met programma's als RTL B van die nieuwe krantenjongen; de weblog. Dit doet hopelijk afbreuk aan de ar; wijde encyclopedie: Wikipedia. De schrijvers kunnen elkaar voortdurend verbe; alle wijzigingen. Ik vind Wikipedia geweldig vanwege de inhoud maar ook als ben begonnen op m'n website www.netwesties.nl. Het is ideaal; de beste man publiceren in een sociaal verband als de wiki de 'primus inter pares' zijn, de eer in een netwerk van deskundigen en amateurs. In de geschreven journalistiek li; Samen documentaires maken lijkt me een geweldige uitdaging, maar is dat h niet journalist? Het lijkt misschien een definitiekwestie maar het maakt wel deg Raad voor de Journalistiek, aan een redactiestatuut en het vak brengt bepaalde r de blogger? Veel beroepsgroepen hebben hun eigen tucht- en klachtensysteem. deren mag publiceren en dat de Raad alleen invloed heeft op de instanties die publicatie van hun verordening op www.rvdj.nl. De Raad voor de Journalistiek erkennen de Raad niet. GeenStijl noemt het orgaan bijvoorbeeld een wassen ne; in Den Haag. In een totaalshot zie je hoe het slachtoffer bezwijkt aan zijn verwo; hen bij naam en toenaam. Dat is een schending van de privacy, vindt hun advoc; GeenStijl verantwoordelijk, omdat die site de mogelijkheid heeft geboden om a bleek bij een uitspraak over de site www.klokkenluideronline.nl. GeenStijl-vers niet voor een weblog als GeenStijl. „Wij willen een echte rechter!“ En die krijg; AD is overigens wel voor de Raad voor de Journalistiek verschenen, er is op h; om klachten in behandeling te nemen van bezoekers van weblogs en sites (in di

De essentie van games zit 'm in de manier waarop ze de speler, de gebruiker als uitgangspunt nemen. Geen enkele andere computertoepassing is zo toegesneden op de ervaring en handelingen van de speler. Games weten het rammelen op een toetsenbord tot een aangename ervaring te maken. Games zijn er niet om iemand werk uit handen te nemen, maar wel om dat werk leuker te maken - of ludieker, dat is misschien een betere term. De aandacht die een gemiddelde speler voor zijn game heeft, is ongevenaard. Games stellen spelers in staat om boven zichzelf uit te stijgen. Leercurves, feedback, identificatie en heldere, haalbare doelen maken deel uit van het geheim van een game. Het spelen van games verbetert iemands technische vaardigheden en zijn probleemoplossend vermogen. Iemand die een kei is in videogames, zal ook een talent hebben voor het 'reverse engineeren' en het herprogrammeren van een complex programma; oftewel 'hacken' in de goede betekenis van het woord. Het predicaat gamer is tegenwoordig geen stigma meer, iedereen is een gamer-in-potentie: van puisterige puber, tot huisvrouw, tot minister. Daarmee is het cultuurverschijnsel 'game' een onlosmakelijk onderdeel geworden van onze economie. Er zijn in Nederland meerdere opleidingen die inspelen op de behoefte aan games. De Hogeschool voor de Kunsten Utrecht timmert het langst aan de weg. De HKU leidt artists op die zonder veel moeite aan de slag kunnen in de game-industrie. De student leert er meer dan er van een simpele tekenaar wordt verwacht, en die extra baggage helpt om snel door te stoten naar de leukere posities in de gamewereld; het basisonderwerp van een spel. De internationale hogeschool in Breda (NHTV) is in 2006 een Engelstalige opleiding 'Game Architecture and Design' gestart. Wanneer de NHTV over drie à vier jaar de eerste studenten aflevert zijn dat ongetwijfeld programmeurs die perfect voldoen aan alle eisen die de industrie stelt. Los van de speciale game-opleidingen heeft elke HBO-opleiding ICT al een paar vakken aan games gewijd. Ook de universiteiten buigen zich over de spelletjes. Ze doen er onderzoek naar, of spelen t MBO blijft niet achter en is hard op zoek naar mogelijkheden om games in te passen in hun onderwijs. Om een goede game technische kennis en creativiteit. In de meeste opleidingen gaan die twee niet samen; gamestudenten worden voor de keuze programmeurs moeten de programmeertaal C++ beheersen en de wiskunde en natuurkunde begrijpen die nodig is om aan een rg voor artist bestaat vooral uit 3D-modelling en tekenen. Het tekenen, met de hand, is een opstap naar het 'echte' 3D-werk, of is er op de arbeidsmarkt meer behoefte aan artists dan programmeurs. Maar aangezien computers steeds beter worden in het

De game Spore is een voorbeeld van een spel waarin artist bijna overbodig wordt. Spore, waarin de speler 2 ever' ooit genoemd. "Ik studeer games." Dat klinkt zijn zo'n achthonderd mensen die zich betaald bezigen in ons land. In het Verenigd Koninkrijk, de grootste game-designer. Blijkbaar zijn er genoeg enthousiaste t die is vergeven van de beter geschoolde HBO'ers en t HBO' of beginnen als tester. Het testen van spelletjes en pas afgestudeerde gamedesigner niet lang achter de K. De sector kampt met een groot verloop. Het werken et zijn overwegend mannen) opgebrand. Overwerk is digitaal wild westen waar de belangen van het grote geving te willen werken. Het is tekenend dat naast de taat voor mensen die hun partner niet meer zien, sinds urre arbeidsomstandigheden in de game-industrie. Dat en fouten in de games. De industrie heeft geleerd van dustrie mee. Winstbejag en bedrijfsbelangen brachten eden in de game-industrie, is dat er minder vacatures zijn om de voet tussen de deur te krijgen. Gelukkig is

Oorlogsgames zijn niet alleen spelletjes waarin iemand kan vechten tegen wereldwijd opererende drugscriminelen, dictatoriale machtshebbers of terroristen. Videogames zijn ook uitermate geschikt als trainingsmateriaal voor militairen. Om soldaten op de 'echte' werkelijkheid voor te bereiden, is de technologie van de videogame verregaand opgenomen in de praktijk van het leger. In simulaties van operationele acties krijgen soldaten het gevoel dat ze zich in de 'echte' werkelijkheid bevinden. Maakt het spelen van videogames iemand tot een betere soldaat? Volgens Chris Chambers, assistent-projectleider van America's Army, wel: "Gamers zien veel scherper dan mensen die niet gamen. Gamers zijn goed in het focussen in een chaotische omgeving. Dit is een belangrijke vaardigheid voor het Amerikaanse leger." Het simuleren van oorlog als oefening, is trouwens niet nieuw. Bijna tweehonderd jaar geleden maakte Baron von Reisswitz Kriegsspiel (1811). In deze maquette is het slagveld zeer precies nagebootst. De schaal van het landschap met heuvels, rivieren en bossen is zo nauwkeurig, dat de generaals aan de hand van de afstand en de snelheid van hun divisies het tijdstip konden berekenen waarop de manschappen vijandelijke vuurlinies zouden bereiken. Het duurde nog tot de jaren tachtig van de vorige eeuw voordat games een werkelijk prominente rol kregen bij het trainen van militair personeel. Battlezone (Atari, 1980) is het eerste commerciële spel dat door het Amerikaanse leger werd gebruikt om zijn soldaten te trainen. De leiding van het Amerikaanse leger was zo onder de indruk van de mogelijkheden dat ze producent Atari verzocht om een tweede versie te maken. Deze gevechtssimulator had tot doel om de oog-handoördinatie van de tankbestuurders te vergroten. Sinds het succes van Army Battlezone worden steeds meer games omgebouwd tot simulatie- en trainingsapparatuur voor het Amerikaanse leger. Zo is in de jaren negentig het spel Doom (1993) gemodificeerd tot de trainingsmodule Marine Doom. In Marine Doom leren elitesoldaten te handelen in teams van vier man. Volgens een woordvoerder van het leger is het spel uitermate geschikt voor de training van een nieuwe generatie soldaten: "Jongeren die bij de marine komen, zijn opgegroeid met televisie, videogames en computers. Daarom dachten we: Hoe kunnen we ze opleiden, hoe kunnen we ze enthousi-

Interactieve kunst is kunst die pas kunst wordt als de bezoeker er iets aan verandert. Deze kunstvorm is, voor zover ik kan overzien, uitgevonden door de Braziliaanse kunstenaars Lygia Clark (1920-1988). In 1963 maakte ze kunstwerken die ze Caminhando noemde - ‚al wandelend‘. Een voorbeeld is O dentro e o fora (Het binnen is het buiten). Dit werk bestaat uit een papieren Möbiusstrip: een strook waarvan de uiteinden omgekeerd op elkaar zijn geplakt, waardoor er een lus ontstaat waarvan de binnenkant vloeiend overgaat in de buitenkant en terug. In een museale setting bood Clark zo'n strip plus schaar aan de bezoekers aan. Je diende dan met de schaar in je Möbiusstrip te prikken en deze in de lengte te gaan knippen, zolang je maar kon. Het eindpunt was bereikt als het stukknippen van de strip de enig resterende optie was (al kun je de lus nog een tijd heel laten door het beginpunt van je knipactie terug te zoeken en de andere kant op te knippen - dan kom je weer een heel eind). Het werk van Clark is thuis eenvoudig na te maken en na te doen, bijvoorbeeld met krantenpapier. Het effect is verbijsterend. Terwijl je in een klein kringetje blijft doorknippen - de papierstrook waarin je nog kunt knippen wordt snel smaller, maar blijft verrassend lang knipbaar - komt er een steeds grotere buitenlus aan te bungelen. Het lijkt al snel of er meters over de grond dwarrelen. Je ziet dat de hangende lus op veel plekken een stuk breder is dan de resterende Möbiusstrip waarin je aan het knippen bent. Die brede stukken dienen zich aan als onbenutte kansen, kansen die niet meer terugkomen en waar je niets meer aan kunt doen. En dan krijg je een inzicht: zo is het leven. Je ploegt steeds maar rond in een kleine cirkel, van binnen naar buiten en buiten naar binnen. En alle keuzes die je gemaakt hebt, sleep je in een steeds langer wordend tijdslint achter je aan. Je kunt niet terug, alleen maar verder. Totdat je uiteindelijk de Möbiusstrip alleen nog stuk kunt knippen (dood gaat). Deze beschrijving schiet ernstig tekort. O dentro e o fora heeft de noodlottigheid van een Griekse tragedie en de helderheid van een psychoanalytische doorbraak.

De manieren Möbiusstrin heeft om zich een artistieke waarde. Dat is een essentieel gegeven. Als object is interactieve knst niets. Als je

gen. Maar als handeling is het alles. Dan laat het je weten moet waardeloos zijn, want het wordt pas waardevol als zijn van wat de kunstenaar je wilt leren: het geeft niet dat ft het al een onuitwisbare betekenis gekregen. Een ander nd in de hoek van een zaal. Meer is het niet. Of je moest vonden met het effect dat het werk op je zal hebben. De kunstenaar vraagt je dat te doen. De heuvel van snoepjes precies te zijn. Dat gewicht is voorgeschreven door de gewicht van het lichaam van zijn geliefde op het moment ndamenteel in je.De snoephoop blijft niet hetzelfde door zetje, je ziet dat er iets mee gebeurd is. Maar veel meer een aidslachtoffer in je eigen lichaam op te slaan, er de gestorven vriend. En dan is er de associatie met hosties, t een gelovige - gelovend in de transsubstantiatie van de ss in L.A.) (1991) er één is, worden ook wel ephemerale heid afwijst. De reden hiervoor is niet destructief, maar res de vergankelijkheid van zijn overleden geliefde niet ht werk levert zijn stabiliteit in, maar ten gunste van een erledende gebeurt voortaan in ons, de deelnemers aan het met je lichaam, net als liefhebben. Het wordt in efcemere morabilia. Alleen het vlees is sterfelijk. Alleen met ons

oden internetproviders hun abonnees persoonlijke homepages aan. Slechts weinigen maakten er gebruik, want de meesten isch niet eenvoudig om te publiceren met het ftp-protocol. Web-logsoftware verlaagde beide drempels aanzienlijk: dankzij hrnologisch stapelen van stukjes was een stuk eenvoudiger dan een menustructuur. De weblogrevolutie is niet op de eerste 2vende technische factor kwam er nog bij dat iedereen op web 2.0 kan reageren op artikelen. Onder elk stuk staat een eigen jk vaak bedenkelijk. Het is jammer dat er nog niet genoeg mogelijkheden zijn om reacties op relevantie te selecteren. De kunnen publiceren is een pré en ook de toevoeging van reacties onder een artikel kan een extra zijn, in vergelijking met de Weblogs hebben wel bijgedragen aan de journalistiek, maar meer met analyse en meningsvorming dan met nieuwe feiten. 2, er is de foto met veel rook in een metro in Londen na de aanslagen. En ook het filmpje van een schijnbaar solide fietsslot e invloed van weblogs. Fabrikant Kryptonite moest weliswaar miljoenen sloten terughalen, maar één zwaluw maakt geen akelaar en maar een klein deel van de amateurs met een filmcamera heeft een journalistiek verhaal te vertellen. Op internet telt veel ft. Het rechtstreekse gevolg daarvan is dat amusementsfactor flink is gegroeid. Die 'X-factor' van journalistiek bepaalt ook opulaire weblog brengt je in een klap bovenaan in de zoekresultaten van Google. Bloggers linken graag naar een artikel met iek steeds vaker voor minder serieuze onderwerpen kiest. Kijk maar naar krantenbijlagen als Leven etcetera (NRC) en De tje over het fenomeen blog: journalisten beseffen meer dan ooit dat ze voor hun succes afhankelijk zijn van een publiek. En urnalisten eigen is. Veel positiever dan over blogs denk ik over wiki's, bijvoorbeeld om samen te schrijven aan een wereld-zijn ook transparant. De eenheid van 'artikel' blijft ook redelijk gehandhaafd, hoewel de tekst soms wat te lijden heeft onder an de mensheid; ik zou het bijna ideaal socialisme willen noemen... Ik vraag me af waarom ik nog geen wiki-journalistiek je publicatie te brengen - zonder in interviewen te hoeven vervallen. De rol van de journalist in een wiki? Die kan met het 1 overtuigd dat daar in de toekomst een belangrijke rol ligt voor de journalistiek: de journalist wordt een slimme debatteider de audio-visuele verslaggeverij. Ik moet nog zien hoe een video technisch en inhoudelijk gestalte kan krijgen in een wiki. lt? De komst van de blogosfeer (het totaal aan weblogs) heeft een probleem opgeroepen voor journalisten. Wie is er wel of met de rechten en plichten als iedereen zich als journalist gedraagt? De professionele journalistiek is 'onderworpen' aan de n mogen, onder voorwaarden, hun bronnen beschermen. Gelden de gedragscodes voor een betrouwbare journalist ook voor zonder dat de overheid of de rechter er aan te pas moeten komen. De Raad voor de Journalistiek heeft het probleem dat ie-epteren. Ieder ander kan een berisping gewoon naast zich neerleggen. Ze ondervinden hoogstens wat naamschade door de vingen van de webjournalistiek. Er komen af en toe wat klachten binnen over een website of blog, maar een hoop weblogs oor de Raad werd gedaan vanwege de publicatie van een sinister filmpje dat is gemaakt vlak na de moord op Pascal Triep e verdachte moordenaar en buren niet van hun plaats komen. 'Reaguurders' op GeenStijl herkendden de familie en noemden aad en (doods)bedreigingen van reaguurders vormt dit een ontoelaatbare intimidatie, volgens de advocaat. De advocaat stelt blicaties zijn, meent hij, ook aansprakelijk voor reacties van lezers op hun site. Dat vindt ook de Raad voor de Journalistiek, aan van de 'dagvaarding' van de Raad. Hij zegt dat de Raad er is voor journalistieke media als "RTL, SBS en De Telegraaf", lels ook bij het Openbaar Ministerie aangifte gedaan tegen GeenStijl. Overigens is ook het Algemeen Dagblad gedaagd. Het aitspraak bekend. Moet de Raad zich eigenlijk wel met de 'prettig gestoorde onzin' van GeenStijl bemoeien? Heeft het zin erkenDe Raad kan, net als bij de veroordeling van Klokkenluider.nl, een klacht in behandeling nemen vanwege het publiek als het ware een precedent. Maar wat zijn de grenzen? Wanneer is een klacht gegrond. Als de buurman je onder dat de overheid of de rechter er aan te pas moeten komen. De Raad voor de Journalistiek heeft het

derland achterloopt op andere landen, is wellicht dat er geen handel zit in open-sourcesoftware; het is immers gratis. En dat spoort niet met de Hollandsche handelsgeest. word je niet rijk, maar de software kan indirect wel economische voordelen opleveren. Open-sourcesoftware is innovatief en kostenbesparend. Niet alleen omdat de are heel specifiek kan aanpassen op een organisatie. Open-sourcesoftware is van nature een product dat een sterk secundaire of afgeleide economische betekenis heeft. r haar toepassing is van waarde. Ik heb het dan behalve over de ontwikkeling van gespecialiseerde diensten bijvoorbeeld over de innovatieve producten en de integratie logie. Zonder de onderliggende open-sourcesoftware waren die niet mogelijk geweest. Maar dat maakt de ontwikkeling van de software zelf nog niet tot een economisch open source wel eens vergeleken met een gift-economie: zolang iedereen elkaar cadeautjes bleef geven in de vorm van bijdragen aan de open-sourcesoftware, dan zou er een rationelere grondslag gevonden voor het ondersteunen van de ontwikkeling van open-sourceprogrammatuur. Het collectieve of publieke belang staat daarbij cen- t open source software een cruciale (want kostenbesparende en flexibiliserende) rol kan spelen in de ontwikkeling van nieuwe innovatieve diensten en producten, is het er, omdat de ontwikkeling van de software zelf het duurste en economisch meest onrendabele deel van het proces is, zullen individuele marktpartijen alleen bij uitzon-source software – ze zullen meer geneigd zijn alleen bestaande open source software te gebruiken in plaats van nieuwe te ontwikkelen. Er ligt hier dus een taak voor r grote bedrijven om de ontwikkeling van open source software mogelijk te maken Het blijft natuurlijk de vraag of Nederland toch niet een maat te klein is voor groot- n we in dit verband niet eerder op een Europese schaal denken? Ik vind van niet. De kracht van Europa is immers het policentrische karakter en de culturele diversiteit. meer dan een functionele verzameling objecten en processen. Software bepaalt hoe informatie tot ons komt en hoe we met elkaar communiceren; denk bijvoorbeeld aan s invloed op hoe we met elkaar omgaan en dat maakt software een cultuuruiting van de eerste orde. Net zoals iedereen het meer dan logisch vindt dat er verschillende menleving, zo zou er ook in softwareland meer 'elk wat wils' moeten zijn. Diversiteit van software is een essentiële vorm van culturele diversiteit. Daar kunnen quasi-MMBase is een van de weinige grote en continue open sourceprojecten van Nederlandse bodem. MMBase is een content management systeem (cms) met open bron- 1 geavanceerde portaalfunctionaliteit. Niet zo gek, die nadruk op media, want de software is voortgekomen uit een langdurig ontwikkelingstraject van VPRO Digitaal, -organisatie. In mei 2000 besloot de VPRO om het svsteeem als onen-sourcesoftware vrij te geven en richtte ook een stichting en een kleine ondersteuningsorganisatie op.

an speelt een deuntje op zijn gitaar en plaatst dat op internet met de titel 'My life'. Een maand 'naast 'My Life' een nummer dat 'My life changed' heet. De gitaarsolo is nu vergezeld door een an een muzikante uit North Carolina. Later schreef een Fransman er tekst bij (Ma Vie) en maakten een clip bij (My life changed completely). Weer later ging een virtuele band op het nummer door iange). De verbastering van My Life speelde zich alweer een paar jaar terug af, maar het wordt nog md als voorbeeld van hoe internet zich ontwikkelt. Het web verandert van een plek om informatie r een platform waarop mensen hun nieuws, kennis en creativiteit onderling delen en op elkaars werk n. Meestal zonder dat er een vergoeding tegenover staat. Gratis alles met iedereen delen klinkt wat als creativiteit (zoals film maken) je beroep is? Dan wil je er liefst je brood mee verdienen, n wil je voorkomen dat iemand met jouw werk aan de haal gaat. Om met het geld te beginnen: de ulu.tv en Revver.com en later ook Youtube.com delen hun reclame-inkomsten met de makers. Hoe bekeken wordt, hoe groter je winst. Zo werden twee Amerikaanse performancekunstenaars binnen en meer dan 35.000 dollar rijker dankzij het filmpje Extreme Diet Coke and Mint Experiments, een van fonteinen uit colaflessen. Als genoeg mensen jouw creativiteit – of inventiviteit - appreciëren, ernet wat kopen voor waardering. De tweede aarzeling van filmmakers om hun film op internet te auteursrecht. Creative Commons is de tussenweg tussen je film afschermen of vogelvrij verklaren. mmons is een alternatief voor het c-tje van copyrights reserved en het versimpelt het auteursrecht

op internet. Alle films die je op Revver.com uploadt, krijgen bijvoorbeeld automatisch een Creative Commons-licentie mee. De CC-licentie op Revver geeft iedereen het recht om een video te verspreiden via email of websites, maar alleen met naamsvmelding van de maker. Bewerken van een Revver-clip is niet toegestaan. En commercieel gebruik ook niet. Het voordeel van Creative Commons boven het copyrightsysteem is dat de maker zelf kan aangeven in hoeverre anderen vrij zijn om zijn werk te verspreiden of te bewerken. En onder welke voorwaarden. Zo kan iemand bepalen: je mag mijn gitaardeuntje wel gebruiken en bewerken, maar niet als je er winst mee wilt maken. En je moet 'm wel onder eenzelfde Creative Commonslicentie aanbieden. Deze share alike-licentie stond aan de basis voor My Life en opvolgers. Creative Commons is vooral bekend voor muziek, fotografie en software, maar ook het aanbod van video's onder een CC-licentie groeit. Zo staan er tweeduizend filmpjes uit begin vorige eeuw op Archives.org onder een public domain-licentie. Het gaat bijvoorbeeld om beelden van de San Francisco-aardbeving uit 1906, om een voorlichtingsfilmpje over family values uit 1948, maar ook om vakantiefilmpjes van vroeger. Dankzij de publiek domein-licentie kan iedereen de beelden (in vrij hoge resolutie) gratis downloaden en ongelimiteerd gebruiken en bewerken in een eigen film of video. In Nederland heeft het Instituut voor Beeld en Geluid aangekondigd om oud beeldmateriaal te digitaliseren. Een klein deel van die collectie komt straks online te staan onder een publiek domeinlicentie van Creative Commons. Internet is meer dan een upload- en downloadpodium. Zo kunnen beginnende makers experimenteren met het effect van scénewisselingen, découpage en over- of underacting in een Machinimafilm, een mengsel van een animatiefilm en een computergame. Je kan een Machinimafilm opnemen binnen de 3D-omgeving van een game, zoals Second Life of Doom. De personages uit de game fungeren als acteurs, de 3D-omgeving van het spel vormt de set en je kunt met meerdere camera's werken. Die camera's zijn onderdeel van de software. De dialogen kun je later als voice-over toevoegen. Hetzelfde geldt voor special effects. De meeste Machinimamakers zijn licht gepreoccupeerd met ruimteschepen, buitenaardse wezens en gevechten, maar er figuren ook normale mensen in machinimafilms, zoals in Africa, een Toto-videoclip op YouTube. Een aantal filmmakers heeft personages of 'avatars' in Second Life als onderwerp gekozen van een documentaire. Zo is er 'My Second Life' van Douglas Gayeton, een documentaire over een man die in 'real life' vermist is en opgedoken is als 'avatar' in Second Life. Op internet zijn er voorbeelden te over van filmmakers en acteurs die doorbreken door met internet only-films. Zo maakten vier debuterende schrijvers/regisseurs een op Twin Peaks geïnspireerde moordsoap voor internet. Tachtig afleveringen van elk negentig seconden vol drama, intrige en spanning. De webisode Sam has 7 friends trok op Revver.com meer dan tienduizend kijkers per dag. De kijker weet vanaf de eerste aflevering een ding zeker, namelijk dat Sams door een van haar zeven vrienden wordt vermoord in de laatste aflevering van het eerste seizoen. Op verschillende fora discussiëren fans over dader en motief. De moordenaar wordt pas aan het einde van seizoen twee bekend. Sam has 7 friends is self financed en op mini-dv gefilmd, maar de afleveringen hebben de air van cinema. De vier makers wisselden de regie van de afleveringen af en belichten ieder een ander aspect van het leven van Sam, steeds ook met een andere vertelstijl en cameravooring. De makers noemen internetseries zoals de hunne 'the wild west' voor filmmakers; 'the new frontier' Een andere webisode die ongekend populair werd, is Lonelygirl15. De afleveringen van Lonelygirl15 duren elk tussen de twee en vier minuten. Tieners doen in de camera verslag van hun besognen. Het verhaal gaat over Bree en haar maatje Daniel die met hun gevoelens om elkaar heen draaien. Wat aanvankelijk een videodagboek van een puber leek, bleek in werkelijkheid een goed doordachte springplank voor drie twintigers met filmambities. Het duurde een paar maanden voordat Lonely-girl15 onmaskerd werd door fanatieke googelaars - ongetwijfeld tot opluchting van de hoofdrolspeelster, een net afgestudeerde actrice uit Nieuw Zeeland. De serie was zo populair, dat Bree ofhewel Jessica Rose te laatste

Onzekerheid distribueren, een politiek design principe

“Don’t you know I’m talking about a revolution that sounds like a whisper.”
Tracy Chapman

Auteur: Rob van Kranenburg

Veiligheid, transparantie, controle: normen en waarden vertaald naar design.

In alle lagen van bestuurlijke niveau’s van publieke instellingen vinden we disciplinerende maatregelen. De normen en waarden discussie lijkt nu ook te zijn doorgedrongen tot het vormgeven van de openbare ruimte: roken mag bij rookpalen, je fiets zet je tegen een fiets-‘nietje’, je kleding waar- schuwt voor brandgevaar. Daarnaast wordt in de openbare ruimte steeds meer gewaarschuwd voor zakkenrol- lers, ‘mind your step’, etc. Apenkooien is tegenwoordig op lagere scholen ver- boden, want veel te gevaarlijk. Iedere instelling vertaalt de grotere thema’s, veiligheid, onzekerheid- op haar eigen manier.

Neem het voorbeeld van de vernieuw- de Rotterdamse Openbare Bibliotheek waar de de boekenkasten qua hoogte zijn gehalveerd. Dit is gebeurd ten be- hoeve van de overzichtelijkheid. Per- soneel kan nu precies zien wat er al- lemaal tussen de kasten gebeurd. Het idee dat mensen daar boeken zoeken is blijkbaar achterhaald? Dit ligt in de lijn van hoe nu ontworpen wordt. Discipli- nerend design: met het design bepaald gedrag afdwingen. Dit doet denken aan Louis Althusser’s theorie van ‘interpel- lation’ en ‘appellation’. Althusser pro- beerde te doorgronden waarom mensen gehoorzaam zijn, en zich schikken aan bijvoorbeeld het kapitalisme. Hij on- derzoekt daarbij de relatie tussen re- gering en bevolking. Met het huidige ‘disciplinerings design’ spreekt de staat het volk aan op haar gedrag. De rook- paal of het fietsnietje doen het feilloos: ze spreken niet, maar mensen gehoor- samen er wel degelijk aan.

Interventies anno 2004

Meer zekerheid bieden. De controle versterken. Camera’s op straat. Came- ra’s met gezichtsherkenning software op straat. Hoe is het zo ver kunnen ko- men? Het is zo ver kunnen komen om- dat de westerse democratie als basisuit- gangspunt heeft gecreeërd: multolerantie ten opzichte van risico’s. De defaultpo- sitie, beste burger, is zekerheid, ja, daar heeft u recht op! In een hoogtechno- logische wereld die steeds geconne- teerder is, is dit helaas een verliezende houding. De wereld ontvouwt zich niet meer in een Dickensiaans begin, mid- den en eind. De wereld resoneert. En dingen resoneren mee. En de mensen resoneren mee. In een dergelijke we- relde is zekerheid een sprookje. En wij maar denken dat de ander het sprookje was!

“Een groep bezorgde leerlingen van kunstacademie Sint Joost heeft samen het ‘Pas op team’ gevormd. Zij spe- len in op de toenemende behoefte aan veiligheid in onze samenleving. Door allerlei maatregelen wordt geprobeerd de veiligheid te waarborgen. Het ‘Pas op team’ vraagt aandacht voor de soms wat overdreven angst voor onveilig- heid. Bijvoorbeeld het verbieden van het spel apekooien in gymzalen, omdat dit te gevaarlijk zou zijn. Of het aan- bieden van rijbewijzen voor mensen met rollators. Het door witte overalls herkenbare team, voorzien van aan- wijsbordjes met de tekst ‘Pas op’. Zal

mensen wijzen op alle mogelijke geva- ren die er bestaan. Deze actie zal don- derdag middag 5 februari vanaf 13.30 uur plaats vinden in het dorp Oister- wijk. Dit dorp is niet een doelbewuste keuze geweest van het team. Dit hoopt door middel van de media een bredere bekendheid te krijgen met hun actie. Om op deze manier mensen bewust te maken van de soms wat overdreven angst voor onveiligheid.”

Wat er gebeurde was nog veel interes- santer en belangrijker dan het project zelf. De ironie werd geheel niet onder- kend. Op de markt waar het ‘Pas Op team’ stickers uitdeelde met ‘Pas Op Paraplu’ aan burgers met een paraplu, werden deze dankbaar in ontvangst genomen. Een dochter stootte haar moeder aan en zei: “Dat hadden ze al veel eerder moeten doen”. Was onze interventie een succes? Niet qua opzet. Wel werd duidelijk hoe groot het gat is tussen geloof en geloofwaardigheid. Michel De Certeau schrijft niet voor niets; hoe veel geloof en hoe weinig geloofwaardigheid!

Wat is het resultaat van dit top down plannen en disciplinerings design van de openbare ruimte?

Een bange bevolking. En een bange be- volking innoveert niet. Een bange be- volking staat technologisch stil. Dat is nu problematisch! Want de dominante trends in computing zijn: pervasive computing, ubicomp, ambient intelli- gence, things that think, disappearing computer, ziet interfaces als de nieuwe processors. De interface verschuift met deze nieuwe ontwikkelingen naar de omgeving. Als mensen de omgeving niet vertrouwen, waarom zouden ze hun data daar dan in distribueren? Dit zou wel eens het einde van Location Based Services kunnen betekenen, het einde van ubicomp, het einde van de digitale revolutie.

Strategieën van en voor creatieve interventies: Waar komen onze meest succesvolle labs vandaan?

De Waag en V2 zijn de meest succes- volle Nederlandse labs van de afgelo- pen vijftien jaar in de creatieve sector. Het is zonder precedent de korte tijd dat V2 en de Waag hun vragen, hun visie relevant hebben weten te maken voor Surfnut, een academische node. In tien - vijftien jaar zijn ze verplaatst van de oppositie, van de marge, naar de plaats waar ze nu gevraagd wordt door het academische discours, de grote R&D labs en Europees spitsonderzoek. Hoe is dat zo kunnen gaan? Eén van de grootste randvoorwaarden voor dit grote succes is het liberale klimaat in de jaren tachtig dat mede de randvoor- waarden voor het ontwikkelen van een krakerscultuur (V2, Den Bosch) en een hackerscultuur (Digitale Stad, Amster- dam) heeft ondersteund.

Het klimaat lijkt nu drastisch veran- derd ten opzichte van de liberale ja- ren tachtig. Het gedoogbeleid lijkt te versmallen en ideeën als veiligheid en zekerheid worden door de overheid gepropageerd. V2 en Waag Society ontwikkelen zichzelf als zelfstandige kennisomgevingen tegenover univer- siteiten en corporate R&D labs. Hun voornaamste uitdaging ligt er in niet te willen worden als zij, het universitaire

discours dat kwaliteit alleen tekstueel kan denken wordt steeds irrelevanter voor een beleids-, bestuur en ook on- derzoeksmatige netwerk werkelijk- heid.

Situatie nu: Een onwaarschijnlijk goed uitgebouwd nieuwe media netwerk en geen geïntegreerde vraag.

Er zijn twee belangrijke vragen die ge- integreerd zijn:

a) De creolisering van Nederland. De groepen Turken, Marokkanen, Hollan- ders, Antillianen groeien naar elkaar toe. Er is geen witte kern meer in af- zienbare tijd. We zien een toename van het racisme op het platteland. Het ligt voor de hand dat de steden steeds meer creoliseren. Hoe lang gaat het duren voordat de dorpen zich gaan afvra- gen wat voor hen nog ‘Nederland’ is? Waarom zouden ze belasting betalen voor die steden die voor hun vreemd zijn geworden? Deze ontwikkelingen zijn koren op de molen van extreem rechts.

b) De trend naar gesloten interfaces. De nieuwe ubicomp digitalisering is een labtechnologie die wil verdwijnen in de omgeving. Resultaat: een welbe-aalde functionaliteit wordt de burger aangereikt die niet kan innoveren, pro- grammeren op een te geavanceerd ver- borgen protocol.

De vraag is nu welke nieuwe creatieve strategieën in dit huidige klimaat kun- nen ontstaan, en welke in staat zijn om zo’n geïntegreerde vraag vorm te geven in theorievorming, het formuleren van wat als onderzoek geldt, een beleids- werkelijkheid en een dagdagelijkse ervaren genetwerkte wereld.

Stand van zaken in e-onderwijs:

Prof.dr. Paul Kirschner, onderwijson- derzoeker aan de Open Universiteit, stelt dat ook voor docenten de com- puter een net zo normaal leselement moet worden als voor de studenten: (in 2003!)

“De lerarenopleidingen hebben het zwaar, ze moeten zich continu aanpas- sen aan de hervormingen in het onder- wijs. Ze zijn zoekende, ze weten nog niet hoe ze ict (informatie- en commu- nicatietechnologie) moeten inzetten. Het is ook niet makkelijk om leraren voor te bereiden op de rol die ICT zal spelen op de scholen waar ze terecht- komen. Over een tijdje is die rol alles- bepalend.“

Laten we dit toch eens overlezen: “De lerarenopleidingen hebben het zwaar, ze moeten zich continu aan- passen aan de hervormingen in het onderwijs. Ze zijn zoekende, ze weten nog niet hoe ze ICT (informatie- en communicatietechnologie) moeten in- zetten. Het is ook niet makkelijk om leraren voor te bereiden op de rol die ICT zal spelen op de scholen waar ze terechtkomen. Over een tijdje is die rol allesbepalend.“

Dat zijn nu juist de vaardigheden en de houding die het onderwijs moet voor op zetten: onzekerheid distribueren! Hoe kan men nu vooruitgang boeken in een debat als ‘experts’ het probleem in problematische termen naar voren schuiven?

Stand van zaken in e-conomie

In het Sleutelgebied Innovatie Platform lezen we bij de Creatieve Industrie:

“Om de meest effectieve stimulerende acties boven tafel te krijgen heeft het Innovatieplatform de bottom-up sleu- telgebieden-aanpak gestart. Het In- novatieplatform heeft bedrijven, ken- nisinstellingen en overheden gevraagd waar zij in uitblinken, welke ambitie zij delen en wat er nodig is om deze sneller en beter te verwezenlijken. Zo is getracht te achterhalen welke acties nodig zijn om de innovatieve kansen die Nederland heeft te benutten. Niet door dat vanuit Den Haag te bedenken, maar door de direct betrokkenen zich daar zelf over uit te laten spreken.”

Uit dit citaat spreekt een onbegrip van wat ‘bottom-up’ betekent. Bottom up, of grassroots, is immers de actie zon- der context van bedrijven, instellingen en overheden. Het reflexieve vermogen van een beweging of nieuwe houding ontstaat gaandeweg en kan pas ach- teraf worden gezien in het licht van het netwerk. Instanties en individuen zelf vragen wat ze interessant vinden is na- tuurlijk van belang, zoals in elke basale questionnaire. Bovendien opzet gaat echter voorbij aan wat er bottom up gaande is. Ingezet moet worden op de killer app van de Nederlandse Crea- tieve Industrie.

Wat is de killer app van Nederland?

“Een ‘kennissamenleving’ verdient die naam pas als kennis van mens en kennis van techniek goed met elkaar sporen. Er zullen wel altijd twee cul- turen blijven bestaan - kunst en cultuur versus technologie en techniek - maar er is slechts één economie.“ Ton Lan- gendorff.

Steden ontwikkelen een eigen beleid op dit terrein. Eindhoven richt zich op Aken en Leuven en heeft de A2 op- gegeven. Rotterdam richt op de regio. Twente richt zich op Duitsland. En Amsterdam, wel Amsterdam richt zich op Amsterdam. Waar blijft de vierhoek Rotterdam/Amsterdam/Twente/Eind- hoven? Dat is de killer app van Neder- landse E-cultuur.

Geletterdheid en Technologie

Alle dingen verdwijnen, en zeker alle dingen door mensen gemaakt. Buck- minster Fuller gebruikte de term Ep- hemeralisation voor de manier waarop een technologie opgenomen wordt door het alledaagse gebruik. De pen, de tele-foon, de cd speler, technologie die er was terwijl we opgroeiden is voor ons gewoonweg een andere laag van con- nectiviteit. Iedere nieuwe technologie brengt zijn eigen geletterdheid mee, de aard van de technologie bepaalt de geletterdheid.

Technologiën worden functionele geletterdheden.

Ze verdwijnen omdat we ze niet zien als iets dat we moeten leren, ons eigen maken door studie. Ze lijken er altijd al te zijn geweest. De interface is zo intu- itief, geheel natuurlijk.

Iedere nieuwe techniek brengt haar eigen geletterdheid voort. Dit is dan de kern van de zaak: nieuwe technologiën gaan over media als verschijningsvormen, en over medialiteit; dat wat de technologie steeds zichtbaar maakt als nieuwe vor- men van connectiviteit (internet, sms,

gprs, cctv software, RFID, biosensors). Een lange termijn visie is onderschrijven dat nieuwe technologieën hun eigen geletterdheden creëren.

In de eindrapportage van het IBO technologiebeleid “Samenwerken en Stroomlijnen: Opties voor een effectief innovatiebeleid“ (2002) wordt dit als volgt onderschreven:

“In de kenniseconomie wordt economisch succes in steeds grotere mate bepaald door het toepassen en ontwikkelen van (nieuwe) kennis en door het leervermogen van de economische actoren om deze kennis te benutten voor nieuwe economische bedrijvigheid. Het gaat bij kennis dan niet alleen om technische R&D, maar om alle kennis die nodig is voor het omzetten van een idee in een commercieel succesvol product of dienst: de zogenoemde zachte kant van innovatie (nieuwe organisatievormen, innovatieve logistieke concepten, nieuwe management- en marketingconcepten, etc.). (IBO, 2002, p. 12).“

Om op deze wijze gestalte te kunnen geven aan beleid wordt er een concept aangereikt: het dynamisch innovatiesysteem:

“De essentie van deze benadering is dat innovatie wordt gezien als het resultaat van een complex en intensief samenspel tussen eindgebruikers, bedrijven, kennisleveranciers, intermediairs, infrastructurale voorzieningen (zoals octroibureaus, beschikbaarheid van kapitaal en standaarden & normering) en randvoorwaarden (zoals fiscaal klimaat en ondernemerschap).“

Dit vereist “het actief combineren van kerncompetenties “die verspreid aanwezig zijn bij de verschillende spelers in de directe omgeving van de ondernemer, zoals afnemers, leveranciers, kennisinstellingen (universiteiten en gespecialiseerde onderzoeksinstituten), alsmede gespecialiseerde intermediairs (ingenieursbureaus, consultants e.d.).“

Het uitgangspunt van de brainstorm is het idee van het Virtueel Platform dat dit actief combineren te weinig vorm heeft op dit moment.

Dit wordt signaleerd door Pim de Hertog en Jeroen Segers:

“In discussions among innovation scholars and policy-makers alike it is acknowledged that this soft side of innovation does matter. However, this recognition is relatively new and not as widespread as possibly needed. Lundvall for example observed that “...the Green Paper tends to underestimate the soft aspects of innovation, such as the role of human resources, competent users, demand factors, network building and organizational change“ (Lundvall, 2001, p. 287). In discussions on the knowledge economy from the mid nineties onwards the focus has gradually broadened from innovation in manufacturing and ,hard‘ technical knowledge and R&D to innovation in services and other types of knowledge.“ (SERVICE INNOVATION POLICIES: A COMPARATIVE POLICY STUDY SIID PROJECT, PHASE 4, PIM DEN HERTOOG , JEROEN SEGERS, UTRECHT, FEBRUARY 2003 .)

Zij hebben oog voor het actief combineren van de kerncompetenties, het afwegen van de zeer specifieke relatie tussen de harde kant en de zachte kant van innovatie: „In practice it is better to not make this into a black and white discussion and to think of innovations as combinations of technical and non-technical innovation. The difference is

where an innovation is located on a the continuum ranging from technical to pure non-technical innovations. Increasingly technologically innovative products are surrounded by a sometimes even innovative service package (that are sometimes much more profitable, see for example the service offered by industrial firms like Océ and Stork).“

Ton Langendorff stelt in De kunst van het innoveren: is het combineren van zachte en harde kennis (AWT-Achtergrondstudie nr. 10 20 ondernemers aan het woord):

“Voor ondernemers is de ,zachte‘ kant van innovatie geen nieuw onderwerp. Zij weten uit ervaring dat technologie alleen niet voldoende is om de concurrentie aan te gaan. Een product kan technisch nog zo perfect zijn, maar als de vormgeving niet deugt, als de prijs te hoog is of als het product eigenlijk nergens toe dient, als het product ongemakkelijk in gebruik is of de levertijd is te lang, of het product kan niet in voldoende varianten in kleur of prijsklasse worden geleverd, of het product is nog te nieuw..., dan koopt de klant het niet. En omgekeerd, als het product gunstig in prijs is, snel geleverd kan worden in allerlei varianten, als het merk en de reclame aanspreken, als de handleiding duidelijk is, als het product makkelijk in gebruik is, maar de kwaliteit laat te wensen over, dan koopt de klant het ook niet. De ,harde‘ kant van innovatie kan niet zonder de ,zachte‘ kant en omgekeerd“.

Iedereen weet het....“ Alleen in het overheidsbeleid ligt de nadruk nog sterk op technologie; de subsidies van het Ministerie van Economische Zaken (EZ) gaan vooral naar technologisch onderzoek, niet naar design of marketing. Het technologiebeleid van EZ zou eigenlijk innovatiebeleid moeten heten.“

Fundamenteel voor E-cultuur als brede beweging die zich in de samenleving als geheel verweeft is een stap naar een manifestatie als E-cultuur in de veranderende rollen die mediërende, opiniërende, erfgoed, museale en informatieverzorgende (bibliotheken) instellingen zullen gaan spelen:

“In the emergent arena of e-culture, it is clear that digital media and media culture raise fundamental questions for many cultural institutions: in terms of what they do, how they do it and with whom and for whom they’re doing it. More fundamentally (if the analysis of the Dutch Council for Culture is to be followed) a third manifestation of e-culture will become visible: cultural organisations will take on new institutional functions and working modes that are prompted by processes of digitalisation. Cultural institutions will have to organise their core functions differently, especially in their connections to other cultural institutions and the outside world. Moreover, in the digital age, the value of many cultural institutions can increasingly be found in their role as mediators between networks that produce culture and impart meaning. They will progressively find themselves contributing their knowledge and content within a cultural arena where also other highly diverse players are operating: film and cross-media producers, media communications agencies, art and technology research institutes, software and game developers, community centres and schools.“

De regie in zo’n omgeving kan alleen tijdelijk, onderhandelend en bemiddelend zijn: “Moreover, in the digital age, the value of many cultural institutions

can increasingly be found in their role as mediators between networks that produce culture and impart meaning.” Maar ze moet wel tijdelijk een visie hebben.

Regie is ook nodig als het gaat om de onderhandelbaarheid van nieuwe technologieën zoals RFID aan te sturen. De Stichting RFID is een pure marketing-dressing. Cor Molenaar geeft niet thuis als er gediscussieerd moet worden over de noodzakelijke onderhandelbaarheid van nieuwe technologieën als RFID. Zonder centrale aansturing is het onmogelijk om deze uitrol duurzaam te maken qua systemen, protocollen en privacy regelgeving.

Waar blijft de visie van en op de derde generatie internetgebruiker?

De eerste (code)en tweede (visuele) internetgeneratie dragen hun idee van strategie en tactiek nog over terwijl ze zelf het centrum hebben leeggehaald. Is het daarom dat er geen derde generatie opstaat? De eerste generatie is die van de coders, van de programmeurs. Zij beseften dat ze de randvoorwaarden van een nieuw informatiesysteem mee konden vormgeven. We vinden hen nu terug in de open source beweging. De tweede generatie is visueel, zij organiseerden zich via de Browserdagen in hun analyse dat de visuele editors waarmee je het netwerk inging voor een groot deel je gevoel van agency op dat net bepalen.

De derde generatie – de eerste digikid generatie is verdwenen in de gadgets, in het beheersen van pakketten, in zoals in deze onderstaande analyse van Peter Giesen:

“Pioniers van media en technologie hebben één groot probleem: ze zijn zo gek op media – en de bijbehorende gadgets – dat ze de werkelijkheid uit het oog verliezen. Nieuwe mediagroep Vincent Evers beschreef ooit in lyrische termen hoe hij geld had bespaard door op zijn mobiele telefoon producten te vergelijken, terwijl hij aan het shoppen was. Zulke goeroes miskennen de luiheid van de consument, die helemaal geen zin heeft om al die prijzen en specificaties te vergelijken, en zeker niet op het minuscule schermje van zijn telefoon. De technologie die deze fantastische mogelijkheden bood, heette WAP, en is nu al lang vergeten. Tweeëneenhalf jaar was ik verslaggever nieuwe media voor de Volkskrant. Die functie was gebaseerd op een taxatiefout mijnerzijds. Ik dacht dat internet heel groot zou worden, en dan zou ik vanzelf meegroeien. Vrijwel iedereen die ik in die periode de revolutie hoorde verkondigen, ging failliet, raakte in de vergetelheid, of ploetert verder in de marge van het medialandschap. Mijn doop als verslaggever op het gebied van nieuwe media vond plaats in februari 2000, op de MILIA, een beurs voor internet en spelletjes in Cannes. Ik ontmoette er de jonge directeur van een Amsterdams internetbedrijf, die me een beetje meewarig aankeek. Krant. Oude media. Passé! Een paar maanden later was zijn bedrijf failliet. Ik reageerde wat sceptisch op zijn stormachtige enthousiasme. Om mij te overtuigen, wees hij op een bedrijf dat een hele verdieping van het Palais des Festivals had afgehuurd. Ze zaten in energie, maar hadden tijdig ingezien dat olie en gas een hopeloos ouderwetse business was. Nu deden ze in breedband, want internet, dat waren de pijplijnen van de toekomst. ‘Als die jongens erin gaan zitten, dan weet je het wel, die hebben visie, die zetten een strategie uit, ter-

wijl de rest nog zit te slapen’, enthousiasmeerde hij nog iets verder. De naam van het bedrijf: Enron. Zo ging het tweeëneenhalf jaar door. Ik reisde af naar Hamburg, waar Bertelsmann hard werkte aan TV-on-demand. Een fantastische vinding: voortaan was je niet meer overgeleverd aan de grillen van de netmanager, maar kon je via internet naar tv-programma’s kijken op het moment dat het jou uitkwam, ook al was dat twee weken na uitzending. De directeur van Bertelsmann Broadband was hoofdgast op het Omroepcongres in Hilversum, waar hij de verzamelde omroepbobo’s de toekomst uitlegde. Daarna heb ik nooit meer iets van hem gehoord. De ‘slimme’ videorecorder TiVo, waardoor ‘televisie kijken op-nieuw werd uitgevonden’? Leidt een marginaal bestaan in de VS en wil maar niet naar Europa komen. Het Scandinavische Bredband dat de hele Benelux van glasvezel wilde voorzien? Allang gestopt. Interactieve televisie? Een flop. De digitale extra pakketten van Casema en UPC? Niemand wil ze. Video-on-demand? De videotheek op de hoek staat er nog steeds. Nieuws op de mobiele telefoon? Soaps op de mobiele telefoon? Schei alsjeblieft uit, na een kortstondige hype werd er niets meer van vernomen. In december 2000 was ik al ontnuchterd. Ik bezocht een congres in Barcelona over nieuws op de mobiele telefoon. Op het podium zaten een aantal Scandinavische pioniers, als droefgeestige dominees uit een Bergmanfilm. ‘Er is meer belangstelling voor het lezen van tarotkaarten via de gsm dan voor nieuws’, zei Gunnar Stavrun van de Noorse tv-zender TV2. Na een paar jaar begon mijn chef de verhalen die ik inleverde voorzichtig te bekritisieren. Ze waren wel goed, zei hij, maar ze vertelden steeds hetzelfde verhaal. Er was eens een vinding waarvan veel werd verwacht, maar die hopeloos mislukte. Het is leuk om een ballon door te prikken. Het is minder leuk om op de flarden te blijven stampen. De Digitale Revolutie is zowel mislukt als geslaagd. Mislukt zijn de plannen van de praatjesmakers, maar internet en mobiele telefoon zijn niet meer weg te denken. Mijn kinderen zouden liever de televisie dan de computer de deur uit doen. Via msn communiceren ze met hun vrienden, op Cu2 publiceren ze hun hoogstpersoonlijke profiel. Aan mijn activiteiten als mediaverslaggever hield ik één, niet al te opzienbarende, wijsheid over: communicatie scoort beter dan informatie. De praatjesmakers dachten te consument te kunnen bombarderen met steeds meer informatie. Maar de consument lijdt al onder een overvloed aan informatie. Hij heeft helemaal geen nieuwe informatie nodig, laat staan dat hij er voor wil betalen. Hij heeft wel behoefte aan communicatie met zijn dierbaren. Hij wil geen nieuws op zijn mobiele telefoon, maar een camera, zodat hij zelf kan vastleggen wat in zijn eigen leven nieuwswaardig is. En dat wil hij uiteraard weer delen met anderen. Zo nestelen de nieuwe media zich in ons leven, niet vanwege de hoogwaardige technologie of het praktische nut, maar omdat mensen steeds meer de verslaggever van hun eigen leven worden.”

Als ‘communicatie’ de default is geworden om op te ontwikkelen, dan wordt duidelijk dat er niet aan de randvoorwaarden van die communicatie wordt getornd.

Er is geen centrum meer omdat e-cultuur als e-cultuur te goed is geslaagd. Na amper 12, 13 jaar bevraagt niemand meer de dominante browser, of zoekmachine. Het idee ‘browser’ is tegenwoordig gelijk aan Internet Explorer, en Google is niet een specifiek algoritme, maar gewoon de zoekmachine. Je

gaat niet meer alleen online, nee, met Eurekster. Alleen je locale face to face vrienden vertrouw je nog, terwijl de droom was overal ter wereld vrienden te maken.

Er is een netwerk. Er is geen centrum meer. De oppositie dient alleen nog om wat dode tyranniën levend te houden. De oppositie zelf maakt het centrum. Kan het zijn dat ik geen derde generatie zie omdat ze geen centrum kan vinden om zich tegen af te zetten? Hoe kan ze dan leren dat dat er niet meer is!

Online-discussies over huwelijk, seksualiteit en islam

Wat hebben jonge moslima's in Nederland over hun leven te zeggen? Niks, zou je bijna denken als je de media moest geloven. Ze moeten een sluier dragen en maagd blijven totdat ze trouwen met de man die hun ouders hebben uitgekozen. Cultureel antropologe Lenie Brouwer nuanceert dat beeld. Op het discussieforum Yasmina verdiepte zij zich in de leefwereld van Marokkaans-Nederlandse jonge vrouwen. Hoe gaan ze om met seksualiteit, het huwelijk en de islam? De hartenkreten op het forum weerspiegelen de zoektocht naar hun identiteit als moslima, als Nederlandse en als vrouw.

Auteur: Lenie Brouwer

Tallose moslimmeisjes krijgen aangeleerd dat zij nederig en gesluierd door het leven moeten gaan, gehoorzaam aan vader en broers die haar maagdelijkheid bewaken en haar desgewenst tot een huwelijk met een niet zelf gekozen partner dwingen. Dit zijn de woorden van NRC-columnist Elsbeth Etty die in 2003 beweerde dat het gezin een broeinest van ‘onderdrukking en maatschappelijke dresuur’ voor moslimmeisjes kan zijn. Haar uitspraak staat niet op zich. Het past tussen meerdere incidenten die de aandacht op een negatieve manier op moslimmeisjes hebben gevestigd. Je ziet dat alleen de moslima’s die het heersende beeld van de onderdrukte vrouw bevestigen toegang krijgen tot de discussie over de islam. Ook het debat dat Ayaan Hirsi Ali heeft aangezwengeld over de onderdrukking van moslimvrouwen, benadrukte vooral de passiviteit van de moslima. Dergelijke visies krijgen in de media alle ruimte omdat ze goed passen in de huidige tendens dat ‘alles gezegd moet kunnen worden’ als het om allochtonen gaat. Zo wordt het negatieve beeld van de islam bevestigd als onderdrukkende godsdienst voor vrouwen. Hoe de moslima’s er zelf tegenaan kijken? Dat wordt hen nauwelijks gevraagd. Dankzij internet kan iedereen nu zelf een kijkje nemen in de gedachtewereld van Nederlands-Marokkaanse meisjes.

In de beslotenheid van de anonimiteit

Marokkaans-Nederlandse meisjes zijn veel op internet te vinden. Ze discussiëren op sites als Maroc.nl en Marokko.nl over actuele thema’s in Nederland en in het land van herkomst. Hun gesprekken gaan bijvoorbeeld over het huwelijk, godsdienst en – natuurlijk – de liefde. De reden dat meisjes zo veel op het web te vinden zijn, ligt in hun relatief beperkte bewegingsvrijheid. In de beslotenheid van hun eigen kamer staan zij in direct contact met de wereld. De anonimiteit van het discussieplatform geeft hen de gelegenheid om open te praten over de dingen die hen bezighouden, maar die ze niet gauw met een bekende durven te bespreken. Een populair forum onder tienermeiden en jonge vrouwen is Yasmina, een onderdeel van Marokko.nl Virtual Community (MVC). Hoe actief is Yasmina? Een van de oprichters: “Om je in een indruk te geven: we krijgen ongeveer tienduizend berichten per dag. De helft van de leden schrijft zelf berichten en de andere helft volgt de discussies zonder zelf een bijdrage te leveren. De twintig actiefste auteurs posten gemiddeld tien tot dertig berichten per dag op het forum.”

Experimenteren

De schrijvers, met nicknames als Couscousje, Womanpower en Marocgirl zijn vooral op Yasmina te vinden omdat ze “een eigen plek” willen hebben en een plaats waar je “geloofsgenoten” kunt ontmoeten. En natuurlijk omdat het “een super site” is. Aan de andere kant was er bij enkele leden, vooral bij diegenen die de debatten al meer dan een jaar volgden, enige teleurstelling over het gebrek aan serieuze reacties. “Vroeger was het leuker, het is een kinderhoekje, ik kom er minder.” De Yasminaleden vinden het prettig dat de site anoniem is. Het geeft allochtone jongeren nieuwe kansen om te experimenteren zonder de sociale controle van de ouders of gemeenschap. Het biedt hen een ongekende autonomie, waarbij jongeren ervaringen kunnen opdoen buiten de eigen directe leefsituatie. Een meisje vertelde dat ze op een bijeenkomst van Marokko.nl wel eens mensen heeft ontmoet die ze kende van Yasmina. “Maar na de kennismaking veranderen mensen meestal. Persoonlijk contact is moeilijk in onze cultuur, je weet nooit wie je kunt vertrouwen.”

Familie, geloofsgemeenschap op samenleving

Een moslima krijgt van verschillende kanten te horen hoe ‘ze zou moeten zijn’; van haar familie en haar geloofsgemeenschap, en ook nog eens van de omringende seculiere samenleving. In de discussies op Yasmina zie je hoe de moslimmeisjes tussen die verwachtingen laveren om hun eigen weg te kiezen. Op het forum spiegelen ze zich in de berichten van anderen, om te weten waar ze staan en bij welke groep ze horen. Zo vormen ze een beeld van hun eigen identiteit, van hun plaats in de eigen gemeenschap en in de Nederlandse samenleving. In hun woorden op Yasmina klinkt die zoektocht naar ‘het zelf’ door.

In de forumdiscussies op Yasmina neemt het huwelijk een belangrijke plek in. Bij de opvoeding van een Marokkaans meisje geldt behoud van maagdelijkheid als een belangrijke voorwaarde voor het sluiten van een goed huwelijk en de ouders spelen een belangrijke rol in de besluitvorming. Maar in de stereotype beeldvorming over moslimmeisjes, vinden we maar weinig terug van de strijd en onderhandelingen rond het huwelijk. Op Yasmina zie je hoe de meisjes het proces – of ze gaan trouwen en met wie – weldegelijk proberen te beïnvloeden, al dan niet met succes. Drie voorbeelden hoe Nederlandse moslima’s hun plaats bepalen in populaire discussies uit 2003 over seksualiteit, huwelijk en het geloof.

1. Seksualiteit; ‘alweer dat gezeik over het maagd-envlies’

In de beeldvorming in Nederland over de islam wordt behoud van maagdelijkheid voor het huwelijk vaak voorgesteld als iets dat opgedrongen wordt door de ouders en de gemeenschap. Hoe kijken de leden van Yasmina hier zelf tegen aan?

De topics op Yasmina geven al een indruk: ‘Vrijen en toch maagd zijn’, ‘Help ik ben geen maagd’ of een poll over ‘Wie er wel en niet maagd is’. Uit de titels van de berichten is ook af te leiden dat sommige leden genoeg hebben van het onderwerp, ‘alweer dat ge-

zeik over maagdelijkheid’. Een meisje vraagt of je in Nederland een ‘maagd-verklaring’ bij de huisarts kunt krijgen, in verband met haar aanstaande huwelijk. Ze schrijft dat ze weet dat ze “1000% maagd” is, maar dat ze zich laat leiden door de druk van de gemeenschap. Het meisje krijgt voornamelijk kritiek op haar bericht. Slechts twee meisjes en een jongen tonen begrip voor haar probleem. Tegelijkertijd proberen zij haar te stimuleren niets van de ‘roddels van de mensen’ aan te trekken en op “Allah” te vertrouwen. Een jongen schrijft dat hij “graag zou hebben” dat een meisje zich door een arts laat onderzoeken, daar vindt hij “niets vernederend aan”. Anderen juist wel, “je laat je gewoon met een vergrootglas bekijken”, reageert een meisje. “Je bent toch geen museum-object.” De meeste andere reacties gaan erover dat artsen de maagdelijkheid van een meisje niet kunnen controleren: “Het maagdenvlies bestaat niet.” Een enkeling reageert vanuit de islam: “Vrees liever Allah, dan je praatgrage buurvrouw.”

De reacties op het forum laten zien dat het behoud van maagdelijkheid niet ter discussie wordt gesteld, de druk van de gemeenschap wel en dat zij het meisje ondersteunen om zelf haar keuze te maken. Hierbij zien ze maagdelijkheid niet als iets van de gemeenschap, maar als een zaak die alleen de vrouw en haar toekomstige echtgenoot aangaat. Het meisje spiegelde zich in de forumdiscussie vooral aan de Marokkaanse gemeenschap. De mensen die reageerden op haar vraag gebruikten meermalen de islam als referentiekader en ze benadrukten keer op keer dat het de eigen keuze was om een maagd-verklaring te halen. Met dat accent op de eigen keuze, gaan ze impliciet in op het stereotype beeld over hen in Nederland, namelijk dat Marokkaanse meisjes ondergeschikt zijn aan de wensen van de ouders en de gemeenschap. Het lijkt erop dat de beeldvorming van de omringende samenleving hun zelfbeeld heeft beïnvloed. Zelf zien ze de eigen keuze evengoed als een onderdeel van hun islamitische identiteit.

2. Het huwelijk; ‘mijn neef kan de pot op’

Marokkaanse ouders staan afkeurend tegenover een huwelijk van hun dochter met een Nederlandse jongen. Maar relaties tussen Berbers en Arabieren liggen ook gevoelig, zo blijkt uit een van de berichten. Een meisje vraagt wat de beste strategie is om dit probleem aan te pakken. De reacties zijn begripvol en ondersteunend. Ook hier zien we weer dat jongeren de eigen keuze van het meisje onderstrepen, en ze geven haar een duwtje in de rug met het geloof: “Ga er voor! Haal desnoods de koran erbij om je ouders te overtuigen.” Drie dagen later verschijnt opnieuw een reactie van de starter van de discussie. Zij bedankt iedereen en besluit met de woorden: “Het geeft mij moed als ik weet dat er meer mensen met hetzelfde probleem rondlopen.” Na berichten in de media over de grote invloed van ouders op de keuze van een huwelijkspartner voor Marokkaans-Nederlandse meisjes, ontspint er zich een discussie op Yasmina. De één vertelt over haar onafhankelijkheid: “Mijn ma wil dat ik met mijn neef trouw, maar hij kan de pot op.” Een ander probeert haar ouders te overtuigen dat een Marokkaanse echtgenoot uit Nederland beter is dan een uit Marokko, “want het is moeilijk om er achter te komen of het om liefde of om een verblijfsvergunning gaat.”

Onderhandelingen en strijd met hun ouders, dus. Dat nuanceert de heersende beeldvorming over Marokkaanse meisjes, dat ze in een huwelijk gedwongen worden en er niets over te zeggen hebben. De Yasmina-leden verwijzen in hun discussies niet expliciet naar dit soort stereotypen, maar het almaar benadrukken van de eigen keuze is wel degelijk een reactie op het beeld dat ze een passief slachtoffer zouden zijn. Op Yasmina steunen de meisjes elkaar bij hun herkenbare problemen. Ze wisselen ervaringen uit en geven elkaar tips, waardoor zij hun onderhandelingspositie kunnen versterken.

3. Islam: ‘hoofddoek staat emancipatie niet in de weg!’

Of het nu om seksualiteit gaat of om het huwelijk, steeds blijkt weer hoe belangrijk de islam als referentiekader is bij het maken van een keuze. Meisjes willen graag weten of een bepaalde handeling al dan niet islamitisch is. In de rubriek Huwelijk en islam bespreken bezoekers uitvoerig hoe een goede moslima zich in een westerse samenleving dient te gedragen. Anders dan in de debatten over maagdelijkheid of het huwelijk komt de negatieve beeldvorming over de islam in Nederland heel expliciet naar voren. Dit is voor een meisje de reden om een uitgebreid bericht te posten met de titel ‘speech van een moslimmeisje’. Hierin roept zij op om de “anti-islamsfeer in de media uit de wereld te helpen.” Zij verzet zich tegen de houding van “bepaalde heldhaftige westerlingen die nog steeds een missie te vervullen hebben” en zich geroepen voelen “de hoop zielige niet denkende moslima’s te helpen.” Haar hoofddoek staat haar emancipatie niet in de weg, schrijft ze. “De bekrompen mentaliteit in Nederland wel.” De Yasmina-leden trekken expliciet een grens tussen Marokkanen en Nederlanders en ze zetten zich sterk tegen Nederlanders af.

De strijd tegen de negatieve beeldvorming over de islam laat de leden op het forum weinig ruimte voor interne reflectie. De meisjes accepteren dan ook geen kritiek op hun geloof, of de hoofddoek. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de reacties op een bericht van een meisje dat het waagt de hoofddoek ter discussie te stellen. In haar visie zijn meisjes met een hoofddoek “zwak”. “Waarom moeten wij ons beschermen, tegen wie? Tegen de man die zijn ogen niet van ons af kan houden? Dat is toch een probleem van de man en niet van de vrouw?” Zij krijgt van niemand bijval, alleen maar kritiek. Enkele citaten: “Als je twijfelt aan de koran dan ben je geen moslim” en “je draagt geen hoofddoek om “onaantrekkelijk voor mannen te zijn, maar om geliefd te zijn bij Allah!” Ook stelt iemand dat een “moslima met een hoofddoek juist sterk is”. Een meisje dat zichzelf als een liberale moslim ziet, schrijft later dat ze daarom moeite heeft met de discussies op het forum: “Er hangt een sfeer, oh wee als je tegen de islam gaat. De islam is voor hen heilig. Ze vinden me een ongelovige, een moslimverrader.” Niettemin blijft ze toch kritische berichten sturen om “de mensen eens de andere kant van het verhaal te laten zien”. Dit meisje heeft een punt. Er is inderdaad veel discussie en strijd op het forum, maar deze lijkt zich meer te richten op het anti-islam discours in de Nederlandse samenleving dan op een interne reflectie op het geloof.

Plaats in de samenleving

Sites als Maroc.nl, Marokko.nl en Yasmina versterken de onderlinge band tussen Marokkaanse Nederlanders en de eigen cultuur. Het gevoel dat er een plek is waar iemand je begrijpt, is een belangrijke verdienste van de forum-discussies. Maar dat is slechts een deel van het verhaal. In hun discussies zijn meisjes ook bezig zich een plaats te verwerven in de Nederlandse samenleving. Het aansnijden van gevoelige thema's, de herkenning en het bespreken van strategieën op de internetfora biedt hen steun bij het positioneren in de eigen gemeenschap en daarbuiten. Het stimuleert hen te reflecteren op wat het betekent om moslim te zijn, om Nederlander te zijn en om vrouw te zijn. De debatten leveren zo een bijdrage aan de zoektocht naar de eigen identiteit van Marokkaans-Nederlandse meisjes in de Nederlandse samenleving.

Naschrift

Dit artikel is grotendeels gebaseerd op een onderzoek uit 2003. In het recente onderzoek van de studente Wendy Wittenberg naar Yasmina blijkt dat thema's als liefde en seksualiteit nog steeds heel populair zijn onder de leden. Opvallend is echter dat anno 2007 de respondenten uit Wittenbergs onderzoek veel minder geneigd zijn om de islam als referentiekader te gebruiken dan de respondenten uit 2003. De Yasmina-bezoeksters in het jaar 2007 verzetten zich tegen een te strenge toepassing van de islamitische regels op gedrag. Het lijkt erop dat het liberale moslim-meisje uit 2003 niet meer alleen staat in haar opvattingen.

Misschien relevante informatie

[illegible]

Misschien relevante informatie

[illegible]

Misschien relevante informatie

[illegible][illegible]

Misschien relevante informatie.

[illegible]

matie, misschien relevante informatie.
Misschien relevante informatie, mis-
schien relevante informatie, misschien
relevante informatie, misschien rele-
vante informatie, misschien relevante
informatie, misschien relevante infor-
matie, misschien relevante informatie,
misschien relevante informatie.
Misschien relevante informatie, mis-
schien relevante informatie, misschien
relevante informatie, misschien rele-
vante informatie, misschien relevante infor-
matie, misschien relevante informatie,
misschien relevante informatie, mis-
schien relevante informatie, misschien
relevante informatie, misschien rele-
vante informatie, misschien relevante
informatie, misschien relevante infor-
matie, misschien relevante informatie,
misschien relevante informatie, mis-
schien relevante informatie, misschien
relevante informatie, misschien rele-
vante informatie, misschien relevante
informatie, misschien relevante infor-
matie, misschien relevante informatie,
misschien relevante informatie.

Misschien relevante informatie

[illegible][illegible][illegible]

Misschien relevante informatie

[illegible][illegible][illegible]

Misschien relevante informatie

[illegible]

Misschien relevante informatie

[illegible][illegible]

Misschien relevante informatie

Misschien relevante informatie, misschien
misschien relevante informatie, misschien
relevante informatie, misschien re-
levante informatie, misschien rele-
vante informatie, misschien relevante
informatie, misschien relevante infor-
matie, misschien relevante informatie,

Through the looking glass into the club scene

Als je een danceclub binnengaat, stap je net als Alice in Wonderland door de spiegel en kom je in een andere, wonderse wereld terecht. Annet Dekker heeft de VJ-cultuur in Nederland in kaart gebracht. Ze nodigt iedereen uit om met haar door de spiegel te stappen. Haar reis leidt langs de camera obscura, het kleurenorgel en de ‘happenings’ van Allan Kaprow naar de ‘synesthetische’ performance die DJ’s en VJ’s elk week-end ten beste geven in danceclubs.

Auteur: Annet Dekker

Let’s pretend the glass has gone all soft like gauze, so that we can get through. Why it’s turning into a sort of mist now, I declare! It’ll be easy enough to get through-’. She was up on the chimney-piece while she said this, though she hardly knew how she had got there. And certainly the glass was beginning to melt away, just like a bright silvery mist. (Lewis Carroll, Alice through the Looking Glass, 1871)

In de ,ervaringswereld’ van tegenwoordig is de aanspraak op onze zintuigen enorm. In clubs, winkels en cafés worden we bedolven onder muziek, beats, lichteffecten en videobeelden. Dit zorgt voor een synesthetische ervaring, een ervaring waarbij de ene sensatie een andere sensatie oproept en we geraakt worden door een combinatie van geluid, geur, visuele en fysieke prikkelingen. Nergens is deze sensatie zo duidelijk te ervaren als in de clubscene. De diskjockeys en videojockeys creëren in de danceclubs een synesthetische performance waarin ze verschillende artistieke vormen en technieken mixen om een emotionele reactie bij de toeschouwer op te roepen. De synesthetische performances zijn een eerste aanzet tot het creëren van een virtuele realiteit in de werkelijkheid (zonder hulp van een 3D-bril of speciale kleding). De participatie van het publiek is essentieel voor het slagen van de ervaring. Met hun synesthetische performances lokken de VJ’s hun publiek als het ware door Alice’ spiegel heen, naar een nieuwe wereld. DJ’s en VJ’s waren overigens niet de eersten die dat deden. Al heel vroeg in de geschiedenis waren mensen bezig met voorstellingen van beeld en geluid. Volgens Keez Duyvis (Pips:Lab) waren de holbewoners de eerste VJ’s. Waarmee het VJ-en zo’n drieduizend jaar geleden is ontstaan: “Holbewoners maakten konijntjes met hun handen. Het kampvuur gaf schaduwen op de grotwand. Anderen trommelden. Dat was VJ’en oude stijl...”

Overdonderen met beeld: van Miracle Plays tot Camera Obscura en Panorama’s

Het duurt even voordat er werkelijk sprake is van een performance. Een van de eerste experimenten om het publiek met beeld te overweldigen stamt uit de middeleeuwen. Kerklieden ontdekten de waarde van het beeld als leermiddel dat het publiek kon beïnvloeden en beschilderden de kerken. Als mensen een kerk betraden, liepen ze een nieuwe wereld binnen. Buiten de kerk zag het publiek toneelstukken over kerkelijke wonderen – de miracle plays. De verschillende Bijbelse verhalen werden tegelijkertijd en op meerdere podia uitgevoerd. Ze duurden soms een aantal dagen. Het publiek kon van podium lopen.

Een van de eerste uitvindingen waarbij afbeeldingen te zien waren zonder religieuze betekenis, was de camera obscura. De camera obscura was een

verduisterde ruimte (of doos) waarbij in een van de wanden een klein gaatje is aangebracht. Het licht dat hierdoor naar binnenvalt, projecteert de afbeelding van de buitenwereld omgekeerd op de tegenoverliggende wand. Hoewel Artistoteles in de vierde eeuw voor Christus de eerste was die de mogelijkheden van de camera obscura zag, duurde het tot in de renaissance (13e tot 17e eeuw) voordat de installatie in zwang raakte. Het was in eerste instantie een hulpmiddel voor schilders, om hun schilderij perspectief te geven.

Al snel werd het instrument ingezet voor artistieke en miraculeuze experimenten. In speciale kamers konden mensen de wonderen van de wereld aanschouwen. Ook de schilderkunst probeerde de kijker te imponeren. De renaissanceschilders deden dit door natuurkundige perspectiefregels toe te passen, waardoor een eindeloze ruimtewerking ontstond. De schilders uit de barok deden hier een schepje bovenop. Hun schilderijen vormden een weldaad en dichtheid van vertellingen, maar waren slechts vanuit een bepaald standpunt goed te zien. Het werk van de Panoramaschilders aan het einde van de 18e eeuw vormde een breekpunt in de kunstgeschiedenis. Voor het eerst verwezen de details in een schilderij niet meer naar één centraal punt op de horizon maar werden ze opnieuw gerangschikt en samengehouden door de horizon. Het Panorama, zoals het Panorama van Mesdag, probeerde de werkelijkheid zo natuurgetrouw weer te geven en zorgde voor een democratische manier van kijken, waarbij de kijker zelf kon besluiten waar zijn aandacht naar uitging. De toeschouwer kreeg het gevoel dat hij in twee ruimtes tegelijkertijd was, namelijk die van het schilderij en van de realiteit. Daarmee wilden de makers van Panorama’s hetzelfde bereiken als de makers van 3D-virtual realityruimtes, zoals CAVE (Cave Automatic Virtual Environment). De CAVE creëert een 3D-virtuele werkelijkheid waar bezoekers in verschillende omgevingen kunnen rondlopen. De bezoeker is omgeven door een visueel veld, op de wanden, het plafond en de vloer. Speciale 3D-brillen registreren waar de bezoeker naar kijkt, en door die bril is het mogelijk om tussen de virtuele beelden door te lopen.

CAVE, de 18e eeuwse Panorama’s en de hedendaagse VJ-performance proberen allemaal meerdere verhalen in één beeldervaring te vatten. Deze dichtheid van vertelling was volgens theoreticus Lev Manovich al zichtbaar bij Nederlandse landschapschilders uit de 17e eeuw en komt nu terug in het werk van de VJ. De toeschouwer, de clubbezoeker, kan zelf haar keuze maken uit alle verschillende verhaallijnen die de VJ door elkaar mixt.

Aanzet tot beelden geluidsynesthesie: Rook en lichteffecten in het Diorama

Als de eerste hausse van het Panorama voorbij is, zorgt in 1822 de Diorama, een uitvinding van Jacques Louis Mandé Daguerre, voor nieuwe opschudding. Voor het eerst worden er beelden geprojecteerd. In een zaaltje, het Dioramatheater, stonden grote schermen waarop het publiek verschillende beelden zag die elkaar langzaam afwisselden. Tussen de wisseling van de beelden kon het publiek zich vergapen aan rook- en lichteffecten die begeleid gingen met muziek. In het Dioramatheater was de eerste synesthetische performance een feit.

De volgende verbijsterende uitvinding

was de Magische Lantaarn aan het eind van de 18e eeuw. Met de Magische Lantaarn kon je beelden projecteren op spiegels en op rook. Daardoor ontstond er een geheimzinnig en spannend schouwspel, dat versterkt werd door de muziek. Vooral in de romantiek (eind 18e, begin 19e eeuw) waren deze zogenaamde spookvoorstellingen erg populair. De Magische Lantaarn wordt vaak als voorloper gezien van de film. Maar door het live-aspect en de decors is het meer de voorloper van de hedendaagse VJ-act.

Schilderen met geluid

Andere synesthesie van beeld en geluid kwam uit een meer wetenschappelijke hoek. In 1725 schrijft Louis-Bertrand Castel over de ,clavier oculair’, het licht- of kleurenorgel. Hij onderzocht de relatie tussen licht en geluid. Castel deed zijn onderzoek vanuit de natuurkundige wetenschap, maar het had net zo veel te maken met psychologische en filosofische principes: “Not in dreams, but especially in the state of dizziness precedent sleep, or after listening to music for hours, do I feel the correspondence between colours, sounds and scents. It seems as if they all rise mysteriously from the same ray of light and, subsequently, reunify in an amazing concert.”” Met zijn lichtorgel wilde hij schilderen met geluid. Hoewel Castel er nooit in slaagde om zijn lichtorgel echt te bouwen, zijn de ideeën niet ongemerkt voorbijgegaan. Ook nu zijn er nog veel kunstenaars op zoek naar een (wetenschappelijke) manier om met licht te componeren.

In de 18e eeuw zoeken performers ook in het theater en vooral in de opera naar nieuwe manieren om geluid en licht, dans en zang bij elkaar te brengen. In 1849 propageerde de Duitse componist Richard Wagner de idee van het Gesamtkunstwerk in zijn artikel ,The Art-work of the Future’. Wagner geloofde dat de toekomst van muziek, theater en de kunsten in de samensmelting van verschillende disciplines lag. Hij gebruikte zijn opera’s als voorbeeld om ‘totaalomgevingen’ te creëren. Een paar jaar na de publicatie van zijn artikel opende Wagner zijn eigen theater ‘het Festspielhaus’ dat het model van een moderne concert- en theaterzaal werd.

Hoe werden al deze beeld- en geluidexperimenten tussen de middeleeuwen en de 19e eeuw ontvangen? Men vond de ideeën en uitvindingen belangrijk, maar ze zagen het niet als kunst. Kunstcritici vonden dat de synesthetische performances de werkelijkheid niet in haar ware essentie weergaven, het was maar een bedrieglijk en misleidend beeld van de wereld. Alleen tijdens de romantiek werden de installaties gewaardeerd als kunstwerken waarbij je kon wegdromen. Als het realisme hoogtij viert in de 19e eeuw, worden vooral de technische aspecten van de voorstellingen benadrukt. Maar veel mensen zagen het als een bevestiging van het verval van culturele waarde. Desondanks wonnen de magische machines en haar wonderse werelden aan populariteit.

Massificatie

Aan het eind van de 19e eeuw doen print, fotografie, telefonie en film hun intrede. Die technische vooruitgang zorgde voor een directe toegang voor het publiek tot verschillende media. En dat beïnvloedde de manier waarop kunst werd gemaakt, bekeken en verspreid. Mensen konden makkelijker met elkaar communiceren en er was meer gelegenheid om ideeën uit te wisselen. Oude tradities werden opnieuw

bekeken en de maatschappij zelf kwam onder vuur te liggen. In de eerste decennia van de 20e eeuw zorgden de nieuwe inzichten, idealen en ontwikkelingen voor een explosie in het gedachtegoed. Tegelijkertijd ontstond er voor het eerst een massa-economie. De kunst reageerde op de veranderingen. Ze zette zich af tegen de massificatie van een veranderende maatschappij en vooral tegen de institutionalisering van de kunst. In die tijd kwamen de Dadaïsten, de Symbolisten, de Futuristen en de Surrealisten op. Die stromingen kwamen met verschillende doelen en vormen, maar hun boodschappen overlaptten: ze wilden het publiek een andere wereld tonen waarin kunst onderdeel was van het dagelijks leven. Ze betrokken het publiek bij hun werk. De mensen moesten soms actief deelnemen en zo probeerden de kunstenaars contact te maken met het dagelijks leven. De experimentele stromingen schoten hun doel deels voorbij: in plaats van los te komen van de kunstwereld, verwelkomde de ‘geïstitutionaliseerde’ kunstwereld de nieuwe benaderingen juist. De pogingen om te shockeren werden gezien als verfrissende nieuwe ideeën.

Happenings en Intermedia

Na de Tweede Wereldoorlog intensificeerden de acties om publiek en maker dichterbij elkaar te halen. Componist John Cage en kunstenaar Allan Kaprow vonden dat het publiek zelf actief deelgenoot moet zijn om de meest intense ervaring te krijgen. Ze organiseerden ,Happenings’ waarin ze theatrale conventies overboord gooiden. Ze werkten toe naar een synesthetische performance die decennia later in elke discotheek gemeengoed zou zijn. Een belangrijk aspect van deze performances was dat ze niet bedoeld waren als kunst. De term ,Happening’ was ook gekozen om de rol en het doel ervan te onderstrepen en vooral om enige connotatie met de kunstwereld te vermijden. Een aantal hedendaagse media-theoretici trekt een rechtstreekse lijn van happenings van Cage en Kaprow naar de interactieve computerinstallaties van nu. De happening vormde de kiem waaruit later de DJ- en VJ-performances uit de jaren tachtig voortkwamen.

Met de introductie van de televisie en de videocamera raakten kunstenaars meer geïnteresseerd in de verbinding tussen kunst en techniek dan in de relatie tussen kunst en leven. ,Intermedia-evenementen’ namen de plaats in van de Happenings. Het publiek kon tijdens een intermediaperformance filmbeelden in werking stellen en projectoren activeren, waardoor de beelden en het tijdsverloop tijdens een voorstelling veranderden. Hoewel dit veel genot en spanning teweegbracht, was het vooral een zintuiglijke ervaring. Het gaf geen totale illusie waarbij de bezoeker in een andere wereld terecht kwam. Dergelijke intermediaperformances bouwden voort op de tradities van Diorama’s en Magische Lantaarnshows. De performers hadden wel politieke idealen. Ze probeerden mensen wakker te maken en uit hun luie stoel te halen, door te laten zien dat er meer gedaan kon worden met nieuwe technieken dan de populaire (massa)cultuur liet zien.

De Velvet Underground en de Psychedelische beweging

Andy Warhol was één van de eerste kunstenaars die een brug sloeg tussen

de populaire cultuur en de kunstwe-reld. Ter introductie van de Velvet Underground met Nico in Amerika maakt Warhol in 1966 een speciale show the ‘The Exploding Plastic Inevitable’ (EPI). Deze show was een duidelijke stap voorwaarts naar de huidige DJ/VJ-acts: gedurende het hele concert was er in de hele zaal een samengaan van geluid, beeld, kleur en licht. Film-maker Ronald Nameth maakte een cinematografisch erfbetoon aan Warhols EPI waarin hij de ervaring tijdens de show zowel in vorm en inhoud wist te treffen. Nameth maakte de film in de traditie van de synesthetische cinema. Synesthetische films bestaan uit verschillende lagen en fragmenten waarbij elk beeld continue verandert in andere beelden. De beelden worden zo geor-dend dat er steeds nieuwe betekenissen ontstaan. Veel VJ’s doen tegenwoordig hetzelfde.

Terug naar Andy Warhol. Hij richtte zijn eigen studio op, de ‘Factory’. Hij gaf er feesten waar het publiek zich vermengde met de performers, het onderscheid tussen beide was nauwelijks zichtbaar. Warhols feesten en de Psychedelische Beweging uit de jaren zes-tig hadden veel met elkaar te maken. De Psychedelische Beweging is vooral bekend om haar experimenten met hal-lucinerende middelen, en is belangrijk geweest voor de vorming van een ware jeugdcultuur met een eigen identiteit en kracht. In de jaren zestig veranderde Amerika, zowel cultureel als politiek. De beweging voor gelijke rechten, de rassenrellen, de oorlog in Vietnam en de moord op Kennedy zorgden voor veel verontwaardiging. Vooral de jonge generatie begon zich tegen het systeem te keren. Pop- en rockmuziek – vaak geïnspireerd op LSD en marihuana - speelden een belangrijke rol in het bevrijdingsproces. Het gemeenschaps-gevoel onder de jongeren die deel uit-maakten van deze counterculture was enorm. Ze streden voor eenzelfde doel: afzetten tegen de heersende opvatting-en en werken aan een eigen, nieuwe toekomst. Hoewel de Psychedelische Beweging doorliep tot in de jaren ze-ventig, was een deel van de harde kern toen al afgehaakt. Maar de experimen-ten van Warhol en anderen hadden hun vruchten afgeworpen: de eerste disco-theken waren geopend met lichtshows, rooeffecten en vloeistofdia’s en films werden getoond. De eerste VJ’s waren geboren...

Van Synthesizer tot House

De komst van de synthesizer in 1977 zorgde ervoor dat de nadruk weer op de muziek kwam te liggen. Het beeld schoof wat naar de achtergrond. Pas na de introductie van de housemuziek in 1985 kreeg ‘het beeld’ haar status te-rug in de discotheek. De wortels van de housemuziek lagen in het geloof in een zelfbewustzijn en gemeenschaps-gevoel: “It was a personal liberating experience with a slow, primal beat and rhythm. My house is your house and your house is mine. House culture was family. House was about people getting together and communicating.” Hoewel de housebeweging veel over-eenkomsten had met de psychedelische beweging uit de jaren zestig, pasten de grote feesten (raves) zich aan aan een veranderde maatschappij. De bemoei-enissen van de commercie en massa-cultuur zorgden ervoor dat de inten-ties van de vroegere feesten verloren ging. De ideologie was verdwenen. In het begin leefde nog het gevoel van samenzijn, geluk en liefde, maar de massale raves in de jaren negentig wa-ren vooral een reactie op de verslech-tering van de maatschappij. Een plek

om woede en frustratie kwijt te raken, al was het maar voor even. Sommige mensen claimen dat de komst van een VJ ook een opvulling van een leegte was. Het leek noodzakelijk om beelden bij de muziek te maken; elektronische muziek was niet interessant om naar te kijken, er was immers geen band, zanger of videoclip om het publiek te vermaken. Hoewel deze veronderstel-ling door veel anderen wordt tegenge-sproken lijkt de hedendaagse club-VJ het meest aan deze beschrijving te vol-doen: een VJ die haar beelden afstemt op de muziek en de omgeving. Maar de eerste generatie VJ’s lijken idealen te hebben en willen inhoud binnen een nieuwe presentatie bren-gen. Vanaf eind jaren 80 kwamen er meerdere VJ’s op het toneel, allemaal om een real-time verloop tussen beeld en geluid te realiseren. Ze verschilden in hun gevoel voor esthetiek, hun doel en het materiaal. Micha Klein wil bij-voorbeeld een synthese van schoonheid scheppen, zijn positieve iconen “will give you a boost and a positive vibe for the whole day”. Met behulp van de computer maakt hij duizelingwekken-de kleuren en dansende vormen. Zijn werk reflecteert de nostalgie voor de psychedelische beweging uit de jaren zestig toen alles ging over ‚love, peace and happiness’. Veel van zijn animaties zijn verbonden aan bepaalde thema’s die in samenspraak met de DJ bedacht worden. Zijn dansende animatie van een pilletje, ‘Pillman’, werd een icoon voor de housegeneratie. Hoewel het werk van Klein vaak afgedaan wordt als oppervlakkig en commercieel is het van groot belang geweest voor de VJ-performance en de ontwikkeling van de digitale fotografie.

Extra-real

Het Rotterdamse collectief Cut-Up en D.U.M.B. (Dutch United Media Base), opgericht door onder andere Geert Mul en Titus van Eck werkten vanuit een andere visie dan Micha Klein. Cut-Up vormde de commerciële kant en D.U.M.B. was opgericht voor de expe-rimentele performances waarbij ze een brug legden tussen het publiek, de mu-ziek en de visuals. De leden kwamen vanuit verschillende achtergronden en wilden specifieke omgevingen creëren. Er hingen camera’s en microfoons in de zaal en zij mixten die beelden en gelui-den met hun eigen muziek en visuals. Zo probeerden ze het publiek bij hun optredens te betrekken, net zo als de intermedia-experimenten uit de jaren zestig. Maar in plaats van de effecten van de massamedia te laten zien wilden zij vooral bestaande presentatie set-ups doorbreken. De ruimte werd opnieuw ingedeeld waarbij het podium met de VJ in het midden van de zaal kwam te staan en daaromheen de schermen met de visuals. Ze wisselden film, lezingen en feesten af en hoopten daarmee de ervaring van het publiek te versterken. “Door de traditionele context weg te ha-len, zet je mensen op het verkeerde been en hoop je dat daardoor de ervaring ster-ker zal zijn.” Gerald van der Kaap wordt gezien als de ‚godfather’ van de Nederlandse VJ-cul-tuur. Ook hij probeert het beeld steeds op een andere manier te presenteren. Door muziek, beeld, geluid, omgeving en licht met elkaar te verbinden probeert hij een totaalomgeving te verwezenlijken. Afen toe laat ‘shockeert’ hij het publiek door het beeld uit te zetten of door zijn eigen geluiden door de muziek te mixen. De installaties van Van der Kaap zijn nauw verwant aan zijn VJ-optredens. Hij wil “an extra-real environment” realiseren “through high-tech ritual using digi-tal media and transforming them into another dimension. It is an initiation into the unknown world of the senses where

the audience, freely floating in space, has random access to what might be cal-led ‚new techno-transcendence’.”

Videoschermen langs de dansvloer

In haar beginjaren diende de house-muziek vooral voor een collectieve euforie. De ‚incrowd’ deelde een groot geheim dat onbegrijpelijk was voor buitenstaanders. Een hele generatie deed mee met illegale ondergrondse feesten en nachtelijke ontmoetingen op verlaten terreinen waar tot in de vroege uren gedanst werd. Toen ze moe was van de achtervolgingen van politie en locale politici, keerde de dansscène vanaf midden jaren negentig terug naar de clubs. De massamedia merkte de controversiële DJ- en VJ-performances op en presenteerde ze aan een steeds groter groeiend publiek. Hierdoor, en door het goedkoper worden van digi-tale technologie, was al snel in iedere club een DJ en VJ te vinden. De elektronische muziek groeide mee met de technologische vooruitgang; er ontstonden nieuwe geluiden en genres. De kunst van de VJ werd midden jaren negentig al even divers als de verschil-lende stijlen in de muziek. Ze maakten steeds meer gebruik van de computer om hun materiaal live op verschillende manieren te veranderen en te organi-seren. Het belang van de ruimte en de context van de presentatie verschoof letterlijk naar de zijkant. Aan de rand van de dansvloer verschenen grote vi-deoschermen. Deze ontwikkeling stond in groot contrast met eerdere synesthe-tische performances waarbij beeld en geluid ingezet werden om mensen met elkaar in contact te brengen. De ach-tergrond van de VJ zelf was ook ver-anderd. De pioniers uit de Nederlandse VJ-scene kwamen kunstaacademies en werkten veelal alleen of met soort-gelijke kunstenaars. De tweede genera-tie vormde collectieven die bestonden uit computerprogrammeurs, grafisch ontwerpers, filmmakers en muzikan-ten. Deze collectieven zijn een goed voorbeeld van de interdisciplinaire sa-menwerking die haar hoogtepunt hal-verwege de jaren negentig beleefde.

Cross-over Collectieven

Jeroen Hofs (Eboman) produceerde de ultieme cross-overs. Hij gebruikte sam-ples van rock, house, funk, hiphop en jazz om tot nieuwe geluiden te komen. Hetzelfde principe paste hij toe bij zijn videobeelden. Evenals het geluid wer-den de beelden in stereo weergegeven. Het resultaat was een totale onderdom-peling in zijn verhaal. Met behulp van sensoren op zijn armen kon hij zowel de beelden als het geluid zelf aanstu-ren. Deze multidisciplinaire optredens zorgden voor een synesthetische per-formance. Net als Eboman verbindt ook het multi-mediacollectief Pips:Lab verschillende disciplines op een nieuwe manier met elkaar. Pips:Lab wil een interactie met het publiek teweeg te brengen. Pips: Lab werkt in de traditie van John Cage en Allen Kaprow en de intermedia-evenementen waarbij het succes van een performance afhangt van de partic-ipatie van het publiek. Maar werd het publiek tijdens Happenings nog gezien als materiaal, bij Pips:Lab krijgen de bezoekers zelf middelen in hun hand waarmee ze direct invloed kunnen uitoefenen op het beeld. De bezoeker moet de visuals voortbewegen en be-paalt wat het wel en niet wil zien. Deze aanpak past in een tijdsbeeld. De ont-wikkelingen van games, cd-rom’s en internet hebben de kijker veranderd in een actieve gebruiker. Het beeld is niet

langer statisch maar beïnvloeden. De performances van Pips: Lab brengen oude toneelstukken uit de middeleeuw-en weer tot leven waarbij de kijker kon kiezen uit de verschillende enscene-ringen die tegelijkertijd plaatsvonden. Maar in plaats van toeschouwer, is het publiek nu één van de spelers gewor-den.

Onbewuste geurprikkelingen

In het begin van de 21e eeuw is er een hernieuwde belangstelling voor het reukorgaan. Het VJ-collectief Bar-kode wil een synesthetische perfor-mance creëren door het onderbewuste te prikkelen. Hun performances zijn een opeenvolging van ontmoetingen tussen woorden, beelden en geluiden. De toeschouwer wordt achtergelaten in een leemte zonder tijd, ruimte of emo-tie: “WARM PARANOIA, sizzling colours, smells, sounds and forms, pleasantly dosing off to find yourself in an oppressive dream”. Na verloop van tijd ontstaan er meerdere verhaallijnen, die het weliswaar niet veel duidelijker maken: vindt de kijker zelf het plot, of leiden de beelden en muziek naar iets anders? Barkode omschrijft de perfor-mances als ‚confusing constructivism’ dat geïnspireerd is op het onderbewus-te. Door het gebruik van verschillende geuren verhogen zij de sfeer van de avond. De performances zijn een post-moderne versie van de experimenten uit de romantiek en Sensurroundfilms aan het begin van de twintigste eeuw, waar geurkaarten werden uitgedeeld aan het publiek die de sensaties in de film moesten verhogen. De VJ-groep Snowcrash maakt voor hun performances gebruik van het in-ternet. Met live-streaming internetver-bindingen brengen ze verschillende VJ’s van over de hele wereld bij elkaar. De beelden worden gemixt met de mu-ziek op het podium en geprojecteerd op grote schermen. Om de verschil-len tussen de culturen te benadrukken kunnen de VJ’s reageren op bepaalde thema’s. Deze variëren van politieke statements tot beelden uit de heersende populaire cultuur. De muzikale en vi-suele strijd wordt uitgevochten op een podium, maar mensen kunnen de show ook thuis op het internet live volgen. Snowcrash laat zien dat de VJ-perfor-mance tegenwoordig niet alleen een verbintenis van verschillende discipli-nes is, maar ook een overschrijding van nationale grenzen.

Eigen festivals

In de 21e eeuw is het aantal VJs enorm toegenomen. Hoewel clubs nog niet tot een totale 3D- of virtuele wereld omge-toverd zijn, lijkt slechts een kwestie van tijd. Bij sommige avonden is de aanwe-zigheid van het publiek onmisbaar on-derdeel van de show, met camera’s of sensoren geven zij mede vorm aan de videobeelden. Ook internet begint een steeds grotere rol te spelen. VJ-perfor-mances zijn zowel reëel als virtueel op het internet te volgen. En niet alleen de VJ’s zijn in aantal toegenomen, ook het publiek bestaat niet meer uit enkele insiders; de synesthetische ervaring is overgenomen door de massacultuur. Tegenwoordig is er geen opening meer van een winkel, een tentoonstelling of een café zonder de aanwezigheid van een DJ en VJ. De standaardisering van uitgaansclubs heeft gezorgd voor een eenvormigheid in VJ-performances. Als reactie hierop vertrekken VJ’s uit clubs (terug) naar de kunst of ze organiseren hun eigen festivals waar het experiment hoogtij viert. Anno 2007 zijn er drie hoofd-

stromingen binnen de VJ-wereld te herkennen: de club-VJ, de kunst-VJ en de festival-VJ. De club-VJ’s onder-scheiden zich door hun vormentaaI: van abstract, 3D, found footage, narra-tief tot grafisch. De festival-VJ is meer gericht op de presentatie van zijn werk als onderdeel van een bepaalde sfeer. Deze VJ is vooral geïnteresseerd in het totaalconcept: het Gesamtkunstwerk. De kunst-VJ, tenslotte, is vooral bezig met de verhouding tot het geluid. Ge-luid en beeld smelten in handen van de kunst-VJ vaak samen tot een geheel waarbij het geluid het beeld aanstaart en andersom. Deze vorm past in de traditie van de synesthetische perfor-mance, beeld en geluid zijn onlosma-kelijk verbonden waarbij de omgeving het liefst zo min mogelijk afleidt.

De toekomst?

De VJ dringt ook andere disciplines binnen; de reclame, de film en in de kunst. Zelfs het traditionele theater en de dans zoeken aansluiting bij VJ’s en andere beeldmakers om te experi-menteren met beeld. Het onderscheid tussen autonome en toegepaste kunst en commerciële- en kunstwereld zal steeds vager worden. De techniek staat niet stil; de eerste schermen in de openbare ruimte zijn al voorzien van beeld door VJ’s en holo-grammen dansten al over een podium. Nieuwe technieken zorgen voor nieu-we uitdagingen, het is echter duidelijk dat hiermee de kwaliteit niet automa-tisch verbetert. De impact van de visu-als staat of valt bij een goed concept en verhaal dat afgestemd is op de muziek en de ruimte. Het is moeilijk te voorspellen hoe de toekomst van de DJ/VJ-performance eruit ziet. Maar zolang een enthousi-ast publiek bereid is om door de spie-gel heen te stappen ‚into an unknown world of silvery mist’, lijken de moge-lijkheden eindeloos.

WWW

Micha Klein, www.michaklein.com
Geert Mul, www.geertmul.nl
Eboman, www.samplemadness.nl
Captain Video, www.captainvideo.nl
Pips:Lab, www.pipslab.nl
Elsbeth van Noppen, www.nyo.nl
Snowcrash, www.snowcrash.nl

Open source uit de Hollandse klei

Stel dat Coca Cola op haar website schrijft: dit zijn de ingrediënten, dit is het recept. Doe er mee wat u wilt; enjoy. Dat zou nog eens open source zijn. Open source is een filosofie, een beweging, een praktijk, die vindt dat je meer bereikt als je kennis niet voor jezelf houdt, maar open stelt. Zodat anderen op jouw product kunnen voortbouwen om het voor eigen gebruik te perfectioneren. Dankzij internet neemt open source een grote vlucht. Communities van specialisten sleutelen samen aan het lekkerste bier; een medicijn tegen vogelgriep en natuurlijk aan gratis software zoals Linux, Firefox en OpenOffice, Nederland loopt bij de ontwikkeling van open-sourcesoftware achter de troepen aan, constateert mediatheoreticus Eric Kluitenberg.

Auteur: Eric Kluitenberg

Er wordt in Nederland veel gepraat over het ontwikkelen van open-sourcesoftware, op internetfora over open source, in de Holland Open conferentie en op vele andere plekken, maar concreet komt er niet zo veel komt van de grond als in potentie denkbaar zou zijn. Er zijn weliswaar de internationale open-sourcesoftwareprojecten waar ook veel Nederlanders aan meewerken. Maar er zijn slechts weinig grote initiatieven die puur aan de Nederlandse bodem ontsproten zijn. Dat is jammer. Nederland zou een trendsetter moeten zijn als het over technologie gaat, geen trendvolger. Een actievere en eigenge-reide open-sourcecultuur zou Nederland, internationaal koploper in de toepassing van breedbandaansluitingen, niet misstaan. Ook in het gebruik van open-sourcesoftware is in Nederland maar mondjesmaat. Bedrijven, overheid, de zorg, het onderwijs en ook de cultuursector maken eerder nog bij uitzondering dan als regel gebruik van de gratis software. Ze zijn voorlopig nog met licenties in de weer.

VOC-mentaliteit

De meest basale verklaring voor het feit dat Nederland achterloopt op andere landen, is wellicht dat er geen handel zit in open-sourcesoftware; het is immers gratis. En dat spoort niet met de Hollandsche handelsgeest. Van het maken van open-sourceprogramma's word je niet rijk, maar de software kan indirect wel economische voordelen opleveren. Open-sourcesoftware is innovatief en kostenbesparend. Niet alleen omdat de software gratis is, maar ook omdat je de software heel specifiek kan aanpassen op een organisatie. Open-sourcesoftware is van nature een product dat een sterk secundaire of afgeleide economische betekenis heeft. Niet de ontwikkeling van de software zelf, maar haar toepassing is van waarde. Ik heb het dan behalve over de ontwikkeling van gespecialiseerde diensten bijvoorbeeld over de innovatieve producten en de integratie van open standaarden in nieuwe (media)-technologie. Zonder de onderliggende open-sourcesoftware waren die niet mogelijk geweest. Maar dat maakt de ontwikkeling van de software zelf nog niet tot een economisch rendabele onderneming. In den beginne werd open source wel eens vergeleken met een gift-economie: zolang iedereen elkaar cadeautjes bleef geven in de vorm van bijdragen aan de open-sourcesoftware, dan zou de waarde exponentieel stijgen. Inmiddels is er een rationelere grondslag gevonden voor het ondersteunen van de ontwikkeling van open-sourceprogrammatuur. Het collectieve of publieke belang staat daarbij centraal. De redenering is simpel: Als het zo is dat open source software een cruciale

(want kostenbesparende en flexibiliserende) rol kan spelen in de ontwikkeling van nieuwe innovatieve diensten en producten, is het belang van open source software evident. Echter, omdat de ontwikkeling van de software zelf het duurste en economisch meest onrendabele deel van het proces is, zullen individuele marktpartijen alleen bij uitzondering voorzien in de ontwikkeling van open source software – ze zullen meer geneigd zijn alleen bestaande open source software te gebruiken in plaats van nieuwe te ontwikkelen. Er ligt hier dus een taak voor publieke instituties, consortia en eventueel voor grote bedrijven om de ontwikkeling van open source software mogelijk te maken

Software is cultuur

Het blijft natuurlijk de vraag of Nederland toch niet een maat te klein is voor grootschalige open-sourcesoftwareprojecten. Moeten we in dit verband niet eerder op een Europese schaal denken? Ik vind van niet. De kracht van Europa is immers het policentrische karakter en de culturele diversiteit. Dat geldt ook voor software. Want software is meer dan een functionele verzameling objecten en processen. Software bepaalt hoe informatie tot ons komt en hoe we met elkaar communiceren; denk bijvoorbeeld aan de weblog en de videochat. Software heeft dus invloed op hoe we met elkaar omgaan en dat maakt software een cultuuruiting van de eerste orde. Net zoals iedereen het meer dan logisch vindt dat er verschillende kranten en tv-zenders zijn in een pluriforme samenleving, zo zou er ook in softwareland meer 'elk wat wils' moeten zijn. Diversiteit van software is een essentiële vorm van culturele diversiteit. Daar kunnen quasi-universele softwareplatforms niet in voorzien.

VPRO en MMBase

MMBase is een van de weinige grote en continue open sourceprojecten van Nederlandse bodem. MMBase is een content management systeem (cms) met open broncode. Het cms heeft multimediafuncties en een geavanceerde portaalfunctionaliteit. Niet zo gek, die nadruk op media, want de software is voortgekomen uit een langdurig ontwikkelingstraject van VPRO Digitaal, de afdeling voor nieuwe media van de omroep-organisatie. In mei 2000 besloot de VPRO om het systeem als open-sourcesoftware vrij te geven en richtte ook een stichting en een kleine ondersteuningsorganisatie op. De omroeporganisatie schemert nog steeds door in de laatste 1.8-versie. MMBase komt het best tot haar recht op sites met veel audio en video. Nu.nl, 3voor12.nl en radio538.nl zijn voorbeelden van sites die met MMBase gebouwd zijn. Als je een website wilt maken met een wiki-achtige structuur, is MMBase minder geschikt. Zo zie je dat het bij de keuze van een softwaresysteem belangrijk is om te weten in welke context de software ontwikkeld is. Een andere reden waarom er niet genoeg software ontwikkeld kan worden, is het tegengaan van monopolievorming.

Voortbouwen op MMBase: CultureBase

Mijn eigen ervaring met de ontwikkeling van open-sourcesoftware komt voort uit mijn werk voor het Amsterdamse Cultureel centrum De Balie. De Balie was op zoek naar een applicatie voor culturele instellingen met een snel wisselende live-programmering. We

kozen ervoor om verder te bouwen op MMBase. Veel van de functionaliteiten van dat systeem zijn handig voor podiumorganisaties, conferentiecentra, multidisciplinaire cultuurcentra en muziekclubs. Het ontwikkelproces was veel complexer en langduriger dan we hadden gedacht. Maar dankzij steun van de VPRO, ontwikkelaars uit de MMBase-gemeenschap en een eenmalige regeling voor pilotprojecten in het programma 'Nationaal Actieplan Elektronische Snelwegen' is CultureBase er toch gekomen. CultureBase is inmiddels een stabiele en veelzijdige applicatie voor cultuurprogrammering, geavanceerde discussie- en communicatiemogelijkheden en het vertonen van audio en video (de MM-Base-factor). In samenwerking met de MMBase-organisatie zijn we nu bezig met de voorbereidingen voor de open-sourcerelease van CultureBase. Die is gepland in het najaar van 2007.

Chatboxtalkshow

Door de meerjarensubsidie van het Nationaal Actieplan Elektronische Snelwegen had De Balie veel mogelijkheden om te experimenteren. Ze hebben The Living Archive opgezet. In dat project onderzoekt De Balie nieuwe manieren om het publiek langs elektronische weg actief en 'live' te laten deelnemen aan cultuurprogrammering. We experimenteren met programmaformats waarin mensen kunnen reageren op live-uitzendingen op internet via de chat, SMS en via de webcam. Verder doet De Balie onderzoek naar de vraag hoe het internet als immens archief te verbinden is met het internet van de live action: streaming media, online polls, communicatie via het mobieltje en multi-useromgevingen (o.a. live-uitzendingen in een virtueel theater in Second Life). Vandaar de naam: The Living Archive. De formats testen we in live programma's in De Balie, soms ook samen met de Amsterdamse lokale zender SALTO (inclusief de avatar kijkers in Second Life die soms het Amsterdamse televisiepubliek mogen toezwaaien!). De resultaten van die experimenten publiceren we het uitiendelijk open source via Mmbase.org en op onze website (www.debalie.nl/culturebase). Alles komt samen in de Cool Media Hot Talk Show: een do-it-yourself talkshow die via het web wordt geprogrammeerd door het publiek zelf en vervolgens live wordt gestreamd op internet. Het publiek kan in een speciaal interface tegelijk de show bekijken en vragen stellen. Andere kijkers beoordelen de waarde van de vraag. De vragen met de meeste bijval worden in de live talkshow door een robot moderator aan de sprekers voorgelegd.

Dat klinkt mooi, en dat is het natuurlijk ook wel, maar als je de grote lijnen van open source in Nederland bekijkt, is het nog niet om vrolijk van te worden. MMBase is – zover ik kan overzien – nog steeds het enige grote project van eigen bodem. Er zou onderhand een bloeiend landschap moeten zijn van softwareprojecten die uit de Hollandse bodem sprouiten en hoog de hemel in groeien. Waar zijn de andere initiatieven? En nog belangrijker, waar is het beleid, het geld om innovatie mogelijk te maken?

Innovatiestrategie

Het is de hoogste tijd voor structureel beleid om innovatieve open-sourceprojecten te ondersteunen. Open source dient een groot publiek belang en er kunnen afgeleide economieën ontstaan die op hun beurt weer een belangrijke impuls

geven aan innovatie en economische ontwikkeling. Het is jammer het Nationaal Actieplan Elektronische Snelwegen een uitzondering was. Zo'n stimulus moet de regel zijn in Nederland! De economische effecten van open-sourcesoftware zijn pas op de middel-lange termijn te verwachten en ontstaan altijd in afgeleide economieën. Nooit of vrijwel nooit in de softwareproducten zelf. Helaas lijkt het er op dat de Nederlandse innovatiestrategie gericht is op kortetermijnsuccesjes. Nederland heeft een visie nodig, een vergezicht voorbij het kosten- en batenplaatje. Ook continuïteit is belangrijk, wil open source gemeengoed worden. Open-sourcesoftware is traditioneel het terrein van vrijwilligers. Maar het is niet eerlijk om al het werk aan zwoegende idealisten over te laten, terwijl er in tweede instantie weldegelijk geld mee te verdienen is. Bovendien zijn vrijwilligers een onstabiele factor; als het erop aan komt, gaat betaalde arbeid toch voor het zolderkamerwerk. Om de continuïteit van grote open-sourceprojecten zeker te stellen zijn er organisaties nodig die de kar willen trekken. Ik vermoed dat commerciële organisaties niet staan te springen om de onrendabele gratis software te ontwikkelen. Blijven over; de publieke instanties... En misschien enkele grote bedrijven die het zich kunnen permitteren mankracht vrij te maken. Als we nu beginnen, moeten de gunstige effecten van de open-sourcebeweging over drie tot vijf jaar te meten zijn.

Alleen de pudding

In 2005 is het Holland Open Software Platform opgericht. Dit Platform wil alle open-source-initiatieven op een plek verzamelen en is ook belangenbehartiger van het open-gedachtegoed. Ik verwacht veel van Holland Open. Het kan een belangrijke rol spelen in het aanwakkeren van een structureel beleid voor open-sourcesoftware. Het platform zou ook een impuls moeten geven aan het opzetten van eigen Nederlandse open source-softwareprojecten. Het is tijd de mooie woorden achter ons te laten. Het is tijd ook echt iets te doen. Te maken. Te ontwikkelen! Alleen de pudding levert het bewijs! Het platform organiseert jaarlijks de Holland Open Software Conferentie voor ontwikkelaars van open-sourcesoftware. Trouwens, MMBase is een van de drijvende krachten achter Holland Open. Heel goed, maar ook benauwend; waar zijn de anderen die open source serieus nemen? MMBase is de grootste, maar niet het enige open-sourceproject van Nederlandse bodem. Interessant is de internationale, maar in Nederland gestarte website FLOSSmanuals. Op deze website staan handleidingen voor de meest gangbare open-sourcesoftware, zoals OpenOffice, Firefox en Linux Commands. De handleidingen zijn geschreven en worden doorlopend aangevuld door gevorderde softwaregebruikers. Gebruikers kunnen de handleidingen downloaden in Nederlands en Engels. Handig is ook de mogelijkheid om handleidingen te mixen, hoofdstukken te selecteren en de nieuwe samenstelling als pdf op je computer op te slaan.

Open Content

Behalve over open source, hoor je ook veel over open content. De twee zijn aan elkaar verwant. Open source geeft de open broncode of de patenten vrij, waardoor iedereen met het materiaal aan de slag kan. Bij open content halen de makers het copyright-c'tje van hun werk af. Hun artikelen, foto's, muziekstukken en films zijn dan niet

meer auteursrechtelijk beschermd. De open-contentbeweging zegt als het ware: je mag alles met mijn materiaal doen. Vaak hebben ze wel restricties, zoals: je mag mijn muziek gebruiken en veranderen voor je eigen creatie, maar alleen als je er zelf geen winst op maakt. Hiervoor zijn de creative-commonslicenties in het leven geroepen, een sociaal alternatief voor copyrights. De filosofie achter open source en open content is dus voor een deel hetzelfde. Er is wel een belangrijk verschil. Software kan ook zonder extra economische injectie op hoog niveau geproduceerd worden, omdat de software nooit af is. En software kan uiteindelijk – als instrument - weer geld opleveren. Intellectuele producten zijn geen instrument, maar een eindproduct. Om professionele kunst en journalistiek in stand te houden, blijft financiële ondersteuning noodzakelijk. Anders zijn er straks alleen nog maar ongereguleerde amateurproducties of zijn we overgeleverd aan het huidige uiterst restrictieve en krampachtige intellectuele eigendomsmodel, dat een kunstmatige beperking voor de culturele ontwikkeling en vrije uitwisseling van beelden en ideeën vormt. Er is nog heel wat te doen voor creative commons...

Open-source-auto

Er bestaat ook al open hardware. Want, waarom niet ook het kookboek voor onze hardwareproductie open op tafel leggen? In Nederland wordt druk gesleuteld aan de allereerste open-source auto ter wereld. Het eerste model werd op de Auto RAI gepresenteerd. De ‘auto van de toekomst’ is vervaardigd door studenten van technische universiteiten. De auto heet c,mm,n (spreek uit: common) en is ontwikkeld in een online gemeenschap, vergelijkbaar met Wikipedia. De bouwtekeningen en blauwdrukken van c,mm,n zijn vrij beschikbaar op internet, zodat iedereen zijn eigen auto kan bouwen en eigen ideeën en aanpassingen op de site kan toevoegen. Het project is een initiatief van stichting Natuur en Milieu en hecht dan ook veel belang aan het gebruik van duurzame materialen en productieprocessen bij de fabricage van deze auto.

Ruimteschip naar elders?

De wereldbevolking groeit, het klimaat verandert, er komen nieuwe economieën op die de ecologische uitputtingslag alleen maar zal verergeren. Tot nu toe is de noordelijke hemisfeer volstrekt onwillig om haar levensstijl wezenlijk aan te passen aan nieuwe ecologische realiteiten. Men stopt veel energie in het ontwikkelen van e-koelkasten die het aantal pakken melk tellen, maar het moge duidelijk zijn dat er meer op de technologische agenda staat! Want het antwoord op de milieuproblematiek zal toch deels van de techniek moeten komen. Ook daarom is het zo belangrijk om de schotten te slechten tussen de creatieve geesten uit verschillende organisaties en universiteiten. Blijf niet op dat patent zitten! Kennis, software en hardware moeten radicaal opengesteld worden, zodat iedereen mee kan bouwen aan een nieuwe toekomst. Als we dat niet doen, kunnen we maar beter een groot ruimteschip gaan bouwen en ons heil elders zoeken – out there.....

WWW

www.mmbase.org
www.debalie.nl/culturebase
www.hollandopen.nl

www.hosc.nl
www.opensourcenieuws.nl
www.flossmanuals.net
www.creativecommons.nl
www.autoindetoeekomst.nl

[illegible]

[illegible]

Iedereen kan schrijven

Hoe komt het toch dat Nederland ten opzichte van landen als Engeland, Duitsland, Frankrijk en de VS geen echte traditie heeft in het schrijven over popcultuur? En waarom hebben de popjournalistieke expedities op internet zich nog steeds niet weten te ontworstelen van hun grote broer, de traditionele, papieren media? Popjournalist Theo Ploeg laat heden en verleden van de Nederlandstalige popjournalistiek - op papier en op internet - aan zijn geestesoog voorbijtrekken. Zijn oordeel is hard, maar, hij houdt hoop.

Auteur: Theo Ploeg

“Kunnen we er in Nederland niets van? Of is het medium tijdschrift op papier ten dode opgeschreven? Ik denk dat het antwoord zich op je beeldscherm bevindt”, schrijft Omar Muñoz-Cremers in zijn maandelijkse column in KindaMuzik, webzine over popmuziek. Hij geef zelf het antwoord. Internet heeft niet alleen de toekomst, zo betoogt hij, dat is het allang. Om vervolgens de loftrumpet te steken over de Nederlandse weblogs die over popmuziek schrijven. Nee, volgens Muñoz-Cremers is de situatie meer dan duidelijk: “De popbladen zijn chronisch ongezond, het schrijven zelf floreert als nooit tevoren.” Op het internet dus. Een beetje gelijk heeft hij wel. Met de traditionele popmuziekbladen in Nederland gaat het alles behalve goed. Er zijn weliswaar twee nieuwe rocktijdschriften bijgekomen – Wah Wah en Revolver – en sinds kort ligt Beyond in de schappen, een glossy over wereldmuziek. Maar hoe veel er momenteel ook over popmuziek wordt geschreven, samenhang heeft het niet. Laat staan dat het te kwalificeren is als goede journalistiek. Al zijn er natuurlijk uitzonderingen.

Internet versus papieren journalistiek

Drie jaar geleden vierden de internet-redacties van Der Spiegel en Time Magazine hun tienjarig bestaan. Echter, op de Duitse website internetjournalismus.de meent de toonaangevende journalist Fabian Mohr dat er niet veel te vieren valt. Nog steeds wordt een baanwisseling van de traditionele redactie naar de internetredactie gezien als een degradatie. Ook in ons land staat de webredacteur van kranten en opiniemagazines niet hoog in aanzien. Vanuit de traditionele -van oorsprong papieren - journalistiek wordt er met argusogen gekeken naar de digitale pioniers die de regels van de journalistiek aan hun laars zouden lappen. Dat laatste valt overigens best mee, leert ‘De Gevolgen van de Digitalisering van de Journalistiek’ – een onderzoek dat tussen 2002 en 2005 werd uitgevoerd door de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ). De resultaten zijn op zijn minst interessant. Zo concludeert de NVJ dat geld verdienen met journalistieke activiteiten op internet in Nederland extreem lastig is én blijft. Dat komt omdat Nederland geen echte internetcultuur heeft, de vrijheid van de journalist verrassend laag is en de participatie van bezoekers aan websites in vergelijking met andere landen gering. Daarbij komt nog eens, zo stellen de onderzoekers, dat er geen specifieke journalistieke opleiding is die zich richt op internet. Dat is niet zo verwonderlijk gezien de eerder genoemde aversie van de traditionele journalistiek tegen die op het web. Die aversie is overigens eerder angst. Op het web staan de journalistieke waarden immers onder druk. Er ontstaat een nieuw netwerk met andere knooppunten dan de traditionele

media en allerlei onplaatsbare vormen van journalistiek. Het weblog bijvoorbeeld, dat misschien niet voldoet aan allerlei journalistieke criteria, maar voor veel lezers wel de rol vervult die eerder was weggelegd voor de journalistiek. De subjectieve interpretatie van de nieuwsblog wordt voor de lezer een bron van informatie. Of dat een goede of slechte zaak is, is een classificatie die nutteloos is. Internet is, zoals altijd met een nieuwe technologie, onderdeel geworden van de werkelijkheid. Nege- ren is zinloos.

Popjournalistiek van de drukpers

Het subjectieve karakter dat de blog-journalistiek typeert, is altijd al een belangrijke eigenschap van de pop-journalistiek geweest. Wellicht dat het daarom tussen de popjournalistiek en de ‘gewone’ nooit echt heeft geboterd. Popjournalistiek is immers vanaf het begin van de jaren zeventig – als er in deze context voor het eerst sprake is van het woord ‘pop’ – altijd de luis in de pels van de gevestigde orde geweest. Pop is immers van het volk, wars van pretenties en maatschappelijke structuren. De grote democratisering van de popcultuur in de jaren negentig – waarin hoge en lage cultuur opzichtig met elkaar flirten en het postmoderne opgang maakt in de journalistiek – zijn er in de ons omringende landen tijdschriften ontstaan die gelden als de gangmakers van de hippe, vooruitstrevende cultuur. Frame, Wired, Face, I-D en De:Bug golden als vertegenwoordigers van die nieuwe journalistiek. Eentje waarbij pop en intellect hand in hand gingen. Bladen ook die alle vormen van popcultuur en kunst onder het voetlicht brachten.

Aan ons land is deze ontwikkeling grotendeels voorbij gegaan. Buiten het kortstondige bestaan van BlvD als breed cultuurblad heeft ons land altijd een strikte scheiding gekend van cultuurgebieden. Film, mode, literatuur, muziek. Overal bestaan aparte tijdschriften voor. Ook voor popmuziek. Zo rond de eeuwwisseling was het aanbod aan muziekbladen in ons land nog behoorlijk uitgebreid. In een relatief korte tijd verdwenen er echter belangrijke titels: Bassic Groove, Samsonic, Opscene, Update en Watt. Een directe relatie met de opkomst van de popjournalistiek op internet klinkt plausibel. Maar de economische terugslag bij adverteerders ligt als reden meer voor de hand.

Nog steeds is de markt voor popjournalistiek in de traditionele media allesbehalve rooskleurig. Twee jaar geleden fuseerden de twee grootste popbladen OOR en Aloha. Het grootste danceblad van ons land, Release is inmiddels veranderd in een veredeld reclameblad voor een klein publiek. Gratis te verkrijgen bladen als Fret en LiveXS komen nauwelijks tot een acceptabel journalistiek niveau. Het uit de as van Bassic Groove – ooit het grootste dancetijdschrift van ons land - herrezen DJ Broadcast heeft potentie, maar is vooralsnog te instabiel en te afhankelijk van vrijwilligers om te concurreren met de grote titels. In de marge vechten kleinschalige bladen om het voorbestaan. Kleine bladen – zoals Aardschok, Gonzo, Heaven, Fake en That Dam - richten zich op één muziekgenre en zijn journalistiek wel degelijk interessant. Door de marginaliteit kunnen ze echter geen stempel drukken op de Nederlandse popjournalistiek als geheel, zoals inmiddels verdwenen tijdschriften dat wel deden. Al is er in Nederland nooit echt sprake geweest van een sterk popmuziekjournalistiek vertoog of discours.

Het enige serieuze popmuziekmagazine dat Nederland nog rijk is – OOR – blijkt niet in staat daar zorg voor te dragen. Een worsteling met de eigen identiteit, veroorzaakt door gebrek aan concurrentie, is daar debet aan.

Popjournalistiek op het net

Je zou zeggen dat de slechte gezondheid van de popbladen de popjournalistiek op internet groeit en bloeit. Maar de kansen van het internet worden vooralsnog niet benut. Wat is er al wel op internet te vinden? De Nederlandse popjournalistiek op internet kent nog geen lange geschiedenis. In 1996 zijn de eerste tekenen zichtbaar: de dBreakz-mailinglijst is dan een feit. dBreakz is een platform voor iedereen die zich in Nederland bezig houdt met breakbeat, een vorm van elektrische dansmuziek. Journalistiek is dBreakz nog niet. Een jaar later verschijnt het eerste Nederlandse popwebzine; Project A. Daarin wordt niet alleen over muziek geschreven maar ook over mode, kunst, grafisch ontwerp en film. In dat zelfde jaar start Stereo met een emailbrief over popmuziek. Wat later maakt de nieuwsbrief plaats voor een weblog die nog steeds bestaat. KindaMuzik is tegenwoordig het belangrijkste webzine over popmuziek in de Benelux. En VPRO’s 3voor12 mag ook niet onvermeld blijven. 3voor12 is niet alleen nationaal maar ook international uniek en vooruitstrevend. De popmuzekwebsite van de VPRO biedt radio, concertregistraties, tv en geschreven nieuwsjournalistiek. Ook experimenteert de site met bezoekersparticipatie. 3voor12, dat reeds de poppersprijs won en de prestigieuze Europese Prix-award, heeft zonder meer in hoge mate bijgedragen aan de popjournalistiek in ons land. Het is echter te gemakkelijk om 3voor12 te zien als het lichtende voorbeeld. Op de schrijvende journalistiek op de site valt veel aan te merken. De nieuwsberichten – geschreven door professionele journalisten – zijn vaak van een erg laag niveau en de onderwerpkeuze kan veel gedurfd en spannender.

Hart op de tong

Nederlandse websites als Face Culture en Toazted begeven zich net als 3voor12 op het multimediale vlak. Face Culture bied video-interviews met popartiesten aan, Toazted houdt het bij enkel geluid. Vooralsnog willen geen van beide sites echt spannend worden, juist omdat ze de mediamix die 3voor12 zo bijzonder maakt missen. Het discussieforum van De Subjectivisten vormde tot enkele jaren terug het kloppende hart van de Nederlandse popmuziekjournalistiek. Elke dag verschenen er een aantal nieuwe threads. Popjournalisten en muziekliefhebbers discussieerden met het hart op de tong over hun passie of lazen mee. Doel van het in 2001 opgerichte De Subjectivisten was om de traditionele popjournalistiek in ons land te vervangen door een meer subjectieve variant waarbij de schrijver meer ruimte krijgt. Na een succesvolle periode met goede artikelen en een actief discussieforum is de website inmiddels op z’n retour en inmiddels – naar eigen zeggen tijdelijk - van het web verdwenen. Dragende schrijvers – waaronder professionele popjournalisten – hebben De Subjectivisten verlaten waardoor het niveau van de artikelen en discussies sterk is gedaald.

File Under

Vier andere popjournalistieke websites vallen op: Go! Magazine, File Under, Thinksmall en Pitchfork. In tegenstelling tot de grote Nederlandse websites over dance, wordt Go! magazine gewoon in het Nederlands geschreven. De combinatie van nieuwsberichten, recensies en (korte) interviews is te mager om echt indruk te maken. File Under is begonnen als weblog met recensies van cd’s maar is inmiddels uitgegroeid tot volwaardig webzine over popmuziek, volgeschreven door meerdere schrijvers en met recensies, fotografie en interviews. Thinksmall begon enkele jaren geleden als ambitieus webzine over indiepop maar is sinds kort veranderd in een Engelstalige weblog van de voormalig hoofdredacteur. Zonde, want Thinksmall was ondanks het fanmatige gehalte zonder meer een perfecte bron van informatie. Het door mijzelf gestarte cut-up doet een poging om inhoudelijk aan te haken bij het succesvolste popmagazine op internet, Pitchfork. Na een succesvolle periode waarin we experimenteerden met video en radio staat de productie van content, bij gebrek aan vrijwillige schrijvers, nagenoeg stil.

OOR en State Magazine

Alle eerder genoemde websites over popmuziek werken met vrijwilligers, behalve 3voor 12. Alleen de traditionele media met een site betalen hun webjournalisten. Vanaf het begin van internet hebben de traditionele media hoog van de toren geblazen over hun plannen met nieuwe media en internet. Tijdens een popjournalistendag van de NVJ in 2000 zei ex-OOR uitgever Paul Evers nog dat de website van OOR in de toekomst belangrijk zou worden dan de papieren uitgave. Vijf jaar later is daar nog niets terecht gekomen. De begin 2005 met veel bombarie gelanceerde nieuwe website van OOR oogt chaotisch en is veel te druk. De speciale content voor abonnees stelt teleur. Het zijn albumrecensies die ook al terug te vinden zijn in de papieren uitgave en lange lappen tekst die op een beeldscherm lastig zijn te lezen. De website van OOR moet het hebben van nieuwsberichten over popmuziek, maar gaat daarmee de concurrentie aan met 3voor12 en dat lijkt alle behalve een goed idee. Dan is er nog de muzieksectie van de portal van internet-provider Planet Internet. Maar journalistiek wordt daar niet bedreven; een negatieve recensie of kritisch artikel is er niet te vinden. Het relatief nieuwe hiphopwebzine State Magazine wordt opzichtig gesponsord door Heineken en lijkt op het eerste gezicht een direct product van de marketingafdeling van de biergigant. Er wordt echter voorzichtig kritisch geschreven, met behoorlijk wat diepgang, maar de gemakkelijke nieuwsberichten doen de ambities van het webzine nog geen recht. Heineken heeft inmiddels aangekondigd zich gedeeltelijk terug te trekken.

Webzine over Dance

De muzieksecties op internet van de landelijke kranten zijn een lichtpunt in de webpopjournalistiek. Een paar jaar geleden was die van dagblad Trouw met voorsprong de beste. Inmiddels doet Trouw niet veel meer met popmuziek op internet. Popcultuur lijkt eveneens te verdwijnen uit de papieren krant. Het Parool, Volkskrant en Telegraaf hebben de positie op internet inmiddels van Trouw overgenomen. De websites van de gratis kranten komen niet verder dan mooi gestylde persberichten.

Vooralsnog gaat het bij websites van kranten voornamelijk om recensies van live-optredens. De Volkskrant gaat verder door het aanbieden van gesproken recensies die weinig meer omhelzen dan een muziekredacteur die met een camera voor z’n snufferd stamelend en veel te snel een geschreven recensie voorleest. De kwaliteit van de geschreven journalistiek is bij de krantenwebsites - en OOR – wel veel beter (sneller in tijd, beter geschreven) dan die op de webmagazines over popmuziek. Het eerder genoemde dancemagazine DJ Broadcast begint zich ook op internet langzaam te ontwikkelen tot belangrijke popjournalistieke speler. Niet dat dat bijzonder moeilijk is. Buiten Go! is DJ Broadcast het enige serieuze webzine over dance. Er zijn wel lifestyle websites met druk bezochte fora die aandacht besteden aan dance. Meer dan veredelde prikborden voor persberichten zijn het echter niet.

Underground

Het mag duidelijk zijn: de traditionele media hebben weinig concurrentie te duchten. Ondanks de grote hoeveelheden geld die ze de laatste jaren hebben geïnvesteerd in nieuwe media, hebben ze een mager aanbod. Vaak is het maar een zwakke afspiegeling van wat ze in de papieren krant doen. Het lijkt er, kortom, op dat ze internet niet beschouwen als apart medium, als een nieuw systeem met een andere, eigen, dynamiek. De geschiedenis van internet leert ons dat we de vernieuwing niet van de gevestigde orde hoeven te verwachten. De (internationale) initiatieven die uit de underground zijn ontstaan zijn toonaangevend op het net. Denk maar aan Pitchfork, Stylus, Popmatters en De: Bug.

Revolutie

Op het gebied van popmuziek heeft internet voor een revolutie op zich gezorgd. P2P-software maakt het mogelijk om muziekbestanden te delen. En daardoor zijn muzikanten en kleine onafhankelijke platenmaatschappijen in staat om de muziekindustrie te omzeilen. De grenzen tussen de rollen van platenmaatschappij, muzikant en consument zijn minder strikt geworden en vloeien zelfs in elkaar over. Op internet kun je, kort door de bocht gezegd, alledrie tegelijkertijd zijn. Informatietechnologie en nieuwe media hebben het hele industriële popmuzikale landschap op z’n kop gezet. Het is daarnaast de laatste jaren steeds gemakkelijker geworden om zelf een website op te starten. Software waarmee men binnen een uur een eigen weblog creëert zonder te beschikken over kennis van html is op het internet gratis verkrijgbaar. Dat geldt ook voor content management systemen (CMS) – publiceersystemen waarbij kennis van html niet nodig is - die als Open Source worden aangeboden. Met een goede vormgever erbij ligt een stijlvol webzine binnen handbereik. Bovendien beschikt een aanzienlijk deel van de Nederlanders over een breedband-internetverbinding. Met de introductie van UMTS en HSDAP (razendsnel mobiel internet) is de gedachte ‘altijd online’ werkelijkheid geworden. Ook gewoon op straat. Techniek is, met andere woorden, niet meer de bottleneck. Het aantal weblogs in ons land – meer dan één miljoen – bewijst dat er dankbaar gebruik wordt gemaakt van alle technische mogelijkheden. Maar het maken van een goede webzine over muziek vergt natuurlijk wel wat meer dan de beheersing van de techniek. Het vereist visie, creativiteit en een bepaal-

de mate van professionaliteit. Juist aan die voorwaarden ontbreekt het jammer genoeg nog.

Creativiteit en durf

De internetpopjournalistiek in Nederland lijkt op die in de traditionele media. Ook daar is er geen sprake is van een typische Nederlandse popmuziekjournalistiek. Dat komt door een gebrek aan visie, creativiteit en durf. Dat zorgt voor inwisselbare artikelen zonder kraak of smaak waarin de naam van de band zo veranderd kan worden zonder dat de inhoud er minder plausibel door wordt. Dergelijke artikelen zijn in alle media te lezen. In de traditionele, maar ook op het web. In elk medium – van De Groene tot Nieuwe Revu en De Telegraaf tot ’t NRC - lees je hetzelfde verhaal dat doorgaans trivialiteiten bevat over de nieuwe plaat van de band of artiest, de mening van de auteur ontbreek en deze doet geen poging om de muziek te plaatsen. Dezelfde artiesten duiken in ieder blad, krant en webzine weer op. Leder magazine een eigen identiteit en een andere doelgroep? Aan de artikelen is dat niet te merken.

Het gebrek aan oorspronkelijkheid is terug te voeren op het ontbreken van een echte popjournalistieke traditie in ons land. Nederlandse popjournalisten gaan nu eenmaal niet graag zelf op onderzoek uit, ze nestelen zich het liefst in de nabijheid van de platenindustrie. Geld speelt daarbij overigens een belangrijke rol. Geldgebrek zorgt er immers voor dat tijdrovende journalistieke methoden als de reportage en het achtergrondartikel vrijwel niet meer geschreven worden. Geldgebrek zorgt er ook voor dat er bovenmatig aandacht wordt besteed aan onderwerpen die voor het oprapen liggen. En dat zijn natuurlijk niet de meest spannende en vernieuwende. Geldgebrek is misschien een reden, maar geen excuus. Ook zonder veel geld is het mogelijk om aandacht te schenken aan onbekendere bands en artiesten. Het kost wat meer moeite, oké, maar dat hoeft niet noodzakelijkerwijs duurder te zijn. Creativiteit en durf is wat nodig is. Eigenschappen die onlosmakelijk zijn verbonden met het beroep van popjournalist.

Gemakzuchtig

Je zou verwachten dat creativiteit en durf op internet wél volop aanwezig zijn. Het tegendeel is echter het geval. Sterker nog: de popmuziekjournalistiek is in de traditionele media vooralsnog zeker net zo spannend, zo niet spannender, dan op het web. Daar zijn een aantal redenen voor. Allereerst zijn er meer popjournalisten dan dat er betaalde banen zijn. Als vrijwilliger beginnen is dan ook dé perfecte manier om op te vallen en je in de kijker te spelen bij de betaalde media. Ook op internet. Onbetaalde popjournalisten draaien op precies dezelfde manier mee in het popmuzikale landschap als hun professionele collega’s. Ze interviewen dezelfde mensen, hebben dezelfde ‘status’ bij de platenindustrie en staan op dezelfde perslijsten. En dat heeft uiteraard invloed op de manier van schrijven. Het is dan ook nauwelijks verwonderlijk dat de popmuziekjournalistiek op het internet de traditionele media als het ware kopieert. Daar komt nog eens bij dat de meeste popjournalisten freelancen en werken voor een keur aan verschillende media. Een mix van betaalde en onbetaalde arbeid is in Nederland eerder regel dan uitzondering. Dat leidt tot de vreemde situatie dat een aanzienlijk deel van de journalisten dat de papieren popbladen vol schrijft ook

op internet de toon zet. Daarnaast zijn er nog de amateurschrijvers die op een fanmatige, ‘journalistieke’ of academische manier over popmuziek schrijven of lonken naar een betaalde baan als popjournalist. Die groep heeft inmiddels een uitgebreid netwerk van weblogs volgeschreven over popmuziek. Maar zowel de popjournalisten-in-spe, de amateurschrijvers en hun professionele collega’s kiezen liefst voor de gemakkelijke weg. Waarom op zoek naar het nieuwe geluid op de dansvloer in Oslo als een persdag met Metallica of Justin Timberlake in Amsterdam tot de mogelijkheden behoort? Hoe lastiger en journalistiek interessanter de onderwerpen, zo is mijn ervaring bij cut-up, hoe minder vrijwilligers bereid zijn er de schouders onder te zetten.

Het is overigens niet zo dat er geen aandacht is voor marginale muziek. Muziekstromingen – gothic, breakbeat, hardcore/punk, hardrock, new wave, underground hiphop - die niet of nauwelijks aandacht krijgen in de reguliere media, worden gevierd op webzines of fansites. Maar vaak worden ze in het Engels geschreven en vallen daardoor niet onder de Nederlandse journalistiek. Het enthousiasme voor de muziek staat er centraal, niet de kwaliteit van het geschreven woord.

Een gouden toekomst?

Al zijn ze doorgaans niet al te best geschreven, het zijn juist die marginale magazines die de belofte van internet zijn. Zij berichten over de rafelranden van de popcultuur, over volstrekt onbekende muziek en weten leuke en interessante invalshoeken te bedenken. Hoe knullig het vaak ook geschreven is. De goedgeschreven verandering is te verwachten van vrijwilligersinitiatieven als KindaMuzik, dat met ruim honderdduizend unieke bezoekers per maand een belangrijker speler is geworden. Toch wordt het webzine pas sinds kort serieus genomen door de traditionele partijen. Inmiddels werkt KindaMuzik samen met 3voor12. Maar daar ligt ook de valkuil van KindaMuzik. Het webzine zet in op zoveel mogelijk lezers en daardoor heeft het geen sterke identiteit; KindaMuzik staat eigenlijk nergens voor. Jammer, aangezien het bijzonder eigenwijze Pitchfork juist mét een uitermate stevige identiteit een belangrijk internationaal popjournalistiek medium is geworden. Mijn poging om met cut-up dezelfde weg te bewandelen in Nederland is vooralsnog mislukt. Niet door gebrek aan lezers, overigens. Wel door gebrek aan schrijvers die geïnteresseerd zijn in de marges van de popcultuur en op vrijwillige basis willen en kunnen bijdragen. Het wachten blijft op de echte pioniers die het internet zien als dé mogelijkheid om te werken aan een betere vorm van popjournalistiek. Zonder de pretentie er veel geld aan te verdienen, met het verlangen om risico’s te nemen en werkelijk op zoek te gaan naar nieuwe onbekende muziek. Pas dan kan de popjournalistiek op internet in Nederland zich succesvol ontworstelen aan de traditionele media. De hoop is er, nu de praktijk nog.

De cache van een dagje winkelen

Wat is de overeenkomst tussen een kind in Legoland, de OV-chipkaart, een rashond, een Alzheimerpatiënt op een zorgboerderij, een koffer op Schiphol en de verswaren van C1000? Ze zijn allemaal gelabeld met een Radio Frequency IDentification-chip. Dit automatisch identificatiemiddel zendt radiogolven uit die het mogelijk maken om op afstand ongemerkt informatie over een product, dier of persoon te verzamelen.

Auteur: Richard de Boer

RFID is niet nieuw, het is al onderdeel geworden van ons dagelijks leven. Maar het aantal toepassingen van het identificatiechipje zal de komende tijd explosief groeien. Sommigen zien dat als een utopie, anderen vrezen voor een nachtmerrie. Neem de OV-chipkaart. Het grote voordeel van deze RFID-kaart is dat je geen gedoe meer hebt met zonegrenzen en verschillende kaartjes voor trein en bus. Je betaalt wat je reist. Maar wat de meeste mensen niet weten, is dat je persoonsgegevens op de OV-chip overal en op afstand te lezen zijn. In principe kan je hele handel en wandel worden gevolgd. Het College Bescherming Persoonsgegevens protesteert al jaren tevergeefs. Tegen de toepassing van RFID in de gevangenis in Lelystad kwamen minder bezwaren. Gedetineerden dragen een armband met een RFID-tag erin. Hun gangen zijn op een monitor te volgen en dat scheelt bewakingskosten. De RFID-tag voor kinderen in Legoland en voor de Alzheimerpatiënt in de zorgboerderij voorkomt dat ze kwijtraken.

De grootte van een zandkorrel

Een RFID-tag bestaat uit een chip met informatie en een antenne. Een RFID-reader zendt radiosignalen uit naar de chip en de chip zendt zijn informatie terug. Die informatie wordt opgeslagen en verwerkt in een database. Een RFID-reader kan meerdere RFID-signalen tegelijkertijd opvangen en verwerken. De radiogolven gaan dwars door kleding, verpakkingsmateriaal en de huid, als de chip bij een mens of dier is ingebracht. Er zijn actieve en passieve RFID-chips. Veruit het grootste gedeelte van de RFID-chips is passief en is alleen op korte afstand (40 cm tot 7 meter) te lezen. Je vindt ze bijvoorbeeld in de smart cards; klantenpassen, identiteitskaarten en personeelspassen. De tags zijn soms niet groter dan een zandkorrel. Actieve chips kunnen behalve gelezen ook beschreven worden. Actieve chips zijn groter en hebben een energiebron nodig; een accu of een koppeling met een mobiele telefoon. Voor de actieve chips zijn leesafstanden van tientallen tot meer dan een kilometer haalbaar, afhankelijk van de RFID-reader.

Alomtegenwoordig internet der dingen

Volgens kenners staan we aan de vooravond van een Internet der Dingen, ambient intelligence en ubiquitous computing. Oftewel: de computer zoals we ‘m kennen - met beeldscherm en hardware - zal uit het zicht verdwijnen. In plaats daarvan komt er een computertechnologie die overal in verweven is. In producten, in deuren, in structuren. RFID speelt daarbij een sleutelrol. In de toekomst zijn alle getagde producten en dingen digitaal met elkaar verbonden. Net zoals op internet informatie met elkaar gelinkt wordt, maar

dan in de fysieke wereld. De omgeving wordt als het ware de interface, RFID de lijm die alles samenhang geeft. Maar zover is het nog niet. Er is nog geen wereldwijde standaardisering en ook een achterliggende infrastructuur ontbreekt. Voor een echt internet der dingen is volledige uitwisselbaarheid van RFID-systemen nodig. Daar wordt overigens wel aan gewerkt; de Electronic Product Code is wereldwijd de meest geaccepteerde RFID-standaard. Ook de kosten van een RFID-chip zijn nog te hoog om RFID op grote schaal toe te passen. “Rond 2004 dachten veel bedrijven dat RFID de barcode op elk product kon vervangen,” vertelt Bart Schermer, privacyjurist en coördinator van het RFID Platform Nederland. “Dat bleek technisch lastig en bovendien te duur. RFID is niet voor elk doel de efficiëntste technologie. Elke toepassing is maatwerk.”

Pinnen met je mobieltje

RFID is aan een opmars bezig. In 2006 werden wereldwijd meer dan één miljard RFID-tags verkocht en in 2016 zullen het er meer dan 500 miljard zijn. De grote doorbraak kwam in 2005 toen de supermarkketens als Wal-Mart en Metro AG hun leveranciers verplicht stelden om dozen en paletten met RFID-tags naar EPC-standaard te voorzien. Dat maakte de logistiek een stuk eenvoudiger en goedkoper. Nederland is momenteel bezig met een inhaalslag. Volgens Marco Waas van TU Delft heeft Nederland – toch een distributieland - in de ontwikkeling van RFID de boot gemist. En dat terwijl een van de grootste RFID-chipfabrikanten Nederlands is; NXP Semiconducters, opgericht door Philips. Bart Schermer ziet het meeste heil in een tag met sensortechnologie. “De supermarkketen C1000 zet bijvoorbeeld sensor-RFID’s in om versproducten (groenten, vlees, zuivel, brood, aardappelen en diepvries) zo snel en dus zo vers mogelijk in de winkel te krijgen. De sensor geeft informatie over temperatuurschommelingen. Die informatie kan gebruikt worden om de kwaliteit van de producten te verbeteren.” C1000 houdt dit jaar ook een proef met mobiel betalen via RFID. Honderd klanten kunnen met hun mobiele telefoon (voorzien van een RFID-tag) afrekenen. De chip houdt het aantal spaarzegeltjes bij en statiegeld wordt direct op je bankrekening bijgeschreven. Deze vorm van RFID, met een actieve chip die alleen op korte afstand leesbaar is, heet Near Field Communication (NFC). Ook ziekenhuizen experimenteren met RFID. Maar daar blijkt de technologie vooralsnog te duur en te experimenteel om in te zetten, zo bleek begin 2007 uit een experiment in de operatiekamers van het Amsterdams Medisch Centrum. Actieve RFID-tags met sensortechnologie moesten informatie geven over de logistiek in de operatiekamer, materiaal snel traceren en de temperatuur van bloedzakken in de gaten houden.

Cookies in de supermarkt

Cor Molenaar, voorzitter van het RFID Platform Nederland, voorziet een glansrijke toekomst voor RFID in het customer relationship management (CRM). Molenaar vindt dat Internet en nieuwe technologieën consumenten kritischer en flexibeler hebben gemaakt. Traditionele reclamemethodes zijn daardoor niet langer effectief als marketinginstrument. Als RFID straks steeds meer wordt gebruikt voor persoonsidentifi-

catie ziet hij grote kansen voor klantgebonden marketing (narrowcasting). Het koopgedrag en de koopmotieven van het individu worden gevolgd, geanalyseerd en begeleid met persoonsgebonden aanbiedingen en kortingen. Cookies in de supermarkt dus. Ook in huiselijke omgeving zal RFID gemeengoed worden. Philips experimenteert sinds 1999 in een speciaal researchprogramma met ambient intelligence; ‘intelligente’ producten die met RFID-technologie in staat zijn om situaties te interpreteren. De producten van de toekomst moeten zich kunnen aanpassen aan de gewoontes en de wensen van bewoners. En zelfs in staat zijn hun emoties te herkennen. Een prozaïsch voorbeeld van ambient intelligence in het huishouden is het digitaal seintje als de vuilniszakken bijna op zijn.

Privacy

Het gebruik van RFID in consumentenproducten baart burgerrechten- en consumentenorganisaties grote zorgen. Verborgens plaatsing van chips en RFID-readers maakt het mogelijk om mensen te traceren en om een profiel over iemand op te stellen. Door koppelingen met andere RFID-databases kan een profiel opeens veel informatie over iemand bevatten. Een paar gevallen van onverantwoorde RFID-toepassingen hebben aan deze bezorgdheid bijgedragen. In maart 2003 werd bekend dat kledingfabrikant Benetton de logistiek wilde stroomlijnen door chips in kledingstukken te verwerken met informatie over kleur, maat en de winkel waarvoor het kledingstuk bestemd was. Dit leidde tot een grote publiekscampagne van de Amerikaanse consumentenorganisatie Consumers Against Supermarket Privacy Invasion And Numbering (CASPIAN), boegbeeld van de anti-RFID-lobby. Benetton zag af van chips in haar kleding. Sindsdien is het debat over RFID en privacy in de Verenigde Staten gepolariseerd. Om publieke commotie te omzeilen meed de Amerikaanse overheid in de voorlichting over het nieuwe elektronische paspoort elke associatie met de term RFID. Dat was een staaltje new speak dat marketingtechnisch slecht uitpakte en de vermoedens van tegenstanders over een ‘stille revolutie’ bevestigde. Behalve de privacy kleeften er ook veiligheidsbezwaren aan het RFID-paspoort. Persoonlijke gegevens zouden door criminelen gestolen kunnen worden zonder dat je er iets van merkt. Het elektronische paspoort is er inmiddels, mét RFID-tag. Ook Nederland is sinds augustus 2006 overgegaan op een paspoort/identiteitskaart met RFID-chip.

RFID gehacked

Er is forse kritiek op de RFID-industrie omdat ze de kwetsbaarheden in de veiligheid en privacy van RFID bagatelliseert. Want veilig is RFID nog niet. Het onderzoeksteam van Melanie Rieback aan de Vrije Universiteit in Amsterdam kreeg in 2006 internationale publiciteit door aan te tonen dat RFID-systemen geïnfecteerd kunnen worden door malware en virussen. Een chip met malware kan een heel distributiesysteem platleggen. Ook het klonen en kraken van een RFID-chip bleek mogelijk.

Klakkeloos

In vergelijking met omringende landen zijn opvallend weinig Nederlanders zich bewust van RFID, ook al heeft iedereen er in zijn dagelijks leven mee te maken. In een Europees onderzoek uit 2005 gaf slechts twaalf procent van

de Nederlandse respondenten aan de technologie te kennen. Een peiling onder early adopters van de OV-chipkaart wees uit dat bijna niemand zich realiseert dat zijn reisgedrag in principe gevolgd kan worden door politie, justitie en veiligheidsdiensten. „Er was maar een handjevol mensen dat de keuzemogelijkheid voor een anonieme OV-chipkaart zonder persoonsgegevens wilde afdwingen“, merkt Schermer van het RFID Platform op. „De overige zestien miljoen gaan de chipkaart op 1 januari 2009 klakkeloos accepteren. De burger wenst toch vooral meer gemak, meer efficiëntie en klantenkorting.“ Schermer beweert dat privacy over twintig jaar niet meer bestaat. „Dat heeft niet zozeer met RFID te maken, maar met de houding tegenover voortschrijdende technologie. Met de ontwikkelingen schuift de acceptatie steeds gemakkelijker op.“ Het Auto-ID Center kwam in een marketingonderzoek naar de publieke opinie over RFID tot eenzelfde conclusie. De consument is moeilijk te mobiliseren tegen RFID. Hij lijkt zich apathisch over te geven aan de onontkoombaarheid van de nieuwe technologie. Maar anderzijds hebben negatieve gevoelens nog de overhand. Voor de consument zijn er nog geen duidelijke voordelen te zien, waardoor negatieve berichtgeving vrij spel heeft. Het helpt ook niet dat het bedrijfsleven de voordelen soms opdringen.

Baja Beach Club

In Nederlandse wordt het debat over RFID vooral door specialisten gevoerd; het RFID Platform Nederland, het Rathenau Instituut, het College bescherming persoonsgegevens (CBP), computerwetenschappers en beleidsmakers. Van de politieke partijen heeft tot nu toe alleen de ChristenUnie zich serieus in het onderwerp verdiept. Directe aanleiding was het nieuws over geïmplanteerde betaalchips bij vaste klanten van de Baja Beach Club in Rotterdam; een schending van de integriteit van het lichaam volgens de CU. In tegenstelling tot landen als de Verenigde Staten, wordt het debat hier redelijk genuanceerd gevoerd. Een kleine groep van RFID-tegenstanders, zoals het comité Meldpunt Misbruik Identificatieplicht, vreest voor een naderende Orwelliaanse controlestaat. Dit schrikbeeld werd door voorstanders al snel als retorische tactiek overgenomen om alle kritiek op RFID te diskwalificeren als irrationele paranoïa van ongeïnformeerde kleinburgers.

Function creep

Irma van der Ploeg (filosoof en lector Infonomie) vindt het zinnig om kanttekeningen te plaatsen bij RFID. Eén van de grootste risico’s van RFID ligt volgens haar op het niveau van de achterliggende databases. Nieuwe vormen van dataverzameling brengen steeds meer informatie die oorspronkelijk gescheiden was bij elkaar. Informatie uit de verschillende levenssferen (thuis, werk en op reis) van een individu kunnen daardoor in een database gekoppeld worden. Databases worden vaak onder het mom van de efficiency aan elkaar gekoppeld. “Creating synergy, noemen ze dat”, zegt Van der Ploeg. Maar in werkelijkheid is het function creep; men verzamelt persoonlijke gegevens voor één bepaald doel, maar sluipenderwijs verandert het doel of de context waarin de gegevens geregistreerd worden. En daarvoor heeft het datasubject niet getekend. Van der Ploeg legt uit dat in een EU-richtlijn is vastgelegd dat persoonsgegevens alleen verzameld mogen worden voor het oorspronkelijke doel. “Deze regel

wordt stelselmatig geschonden onder efficiencyvoorwendselen. De parlementaire controle zou veel sterker moeten zijn.”

Privacywet voldoet niet meer

Van der Ploeg maakt zich zorgen om het gebrek aan toezicht op commercieel gebruik van persoonsgegevens een probleem. “Het commercieel verzamelen van persoonsgegevens valt buiten de Wet Bescherming Persoonsgegevens. Een mens, het datasubject, heeft geen idee welke gegevens van hem bekend zijn, gerubriceerd worden en jaren lang bewaard worden. Hij heeft een enorme kennisachterstand op de systeemeigenaar, de beheerders van de databases. Ook de internationaal onderschreven fair information practices en gegevensbeschermingsregimes zijn ontoereikend omdat ze doorgaans gebaseerd zijn op een individuele rechtenbenadering.”

De overheid houdt vol dat het wettelijke kader voor privacybescherming, zoals de Wet Bescherming Persoonsgegevens, volledig van toepassing is op RFID-technologie. Maar ook Bart Schermer zet hier vraagtekens bij. “De WBP gaat over de verwerking van gegevens die terug te leiden zijn tot een persoon. Maar wat zijn precies persoonsgegevens? Als je Senseo-apparaat bij elk kopje koffie onmerkbaar en ongewenst contact maakt met de server van Albert Heijn, kun je dan spreken van persoonsgegevens? In de praktijk zal de WBP heel moeilijk te handhaven zijn. Het hele begrip privacy wordt onhanteerbaar.”

Ook Jeroen Terstegge, juridisch adviseur van Philips, denkt dat RFID-technologie het einde inluidt voor bestaande privacywetgeving. Privacywetgeving zet volgens hem een onnodige rem op ontwikkelingen rond RFID en ambient intelligence: “De WBP zou meer moeten toezien op de kwaliteit van de gegevensverwerking dan op de legitimiteit ervan.” Terstegge pleit voor wettelijke regels om nadeel en schade voor consumenten te voorkomen en voor privacy by design. Organisaties die met RFID gaan werken, zouden volgens Terstegge de bescherming van persoonsgegeven als uitgangspunt moeten nemen bij de ontwikkeling van hun informatiesysteem. Zo heeft Philips ervoor gezorgd dat chips op Philipsproducten na aankoop door consumenten gedeactiveerd kunnen worden. “Dat is een goede instelling”, vindt Schermer. “Het gaat uiteindelijk niet om het reguleren van de technologie, maar van de toepassingen. In Nederland hebben we een gedragscode proberen op te stellen voor RFID en privacy, maar uiteindelijk constateerden we dat zo’n code de uitgangspunten van de WBP niet ontstijgt. Wat in de éne context geldt, werkt in een andere context niet. Prima dus als bedrijven zelf normen stellen.”

Zelfregulering

De EU en de Nederlandse overheid beschouwen RFID als een veelbelovende technologie die bij de juiste inzet grote innovaties mogelijk maakt in uiteenlopende sectoren. RFID moet volgens de overheid zoveel mogelijk de ruimte krijgen zich te ontwikkelen. Eurocommissaris voor informatiemaatschappij, Viviane Reding, vertrouwt op het zelfregulerend vermogen van de industrie. Om de verdere groei van de kostenbesparende RFID-technologie niet te belemmeren, komt ook de EU voorlopig dan ook niet met RFID-regels. Er is wel een RFID Stakeholder Group ingesteld met vertegenwoordigers van

de industrie, wetenschap en consumentenorganisaties. Zij zullen de Europese Commissie adviseren over veiligheids- en privacyaspecten van radio-identificatie. Hun advies kan aanleiding zijn tot wetgeving.

Een gevaar van zelfregulering in het bedrijfsleven, is dat het privacybeleid snel van koers kan wisselen, bijvoorbeeld door een wisseling in het management, een veranderende concurrentiepositie of financiële druk. Onafhankelijk toezicht op die zelfregulerende industrie zal een taak zijn voor maatschappelijke organisaties. In Nederland is de Consumentenbond de voornaamste watchdog voor consumentenrechten bij RFID-toepassingen, maar de Consumentenbond vertrouwt deze taak vooral toe aan EPCglobal. Dat is opmerkelijk aangezien de richtlijnen van EPCglobal voor consumentenproducten behoorlijk vrijblijvend zijn. De losse regels van EPCglobal maskeren het gebrek aan consensus van de industrie over privacywaarborgen.

Onzekerheid en wantrouwen

Irma van der Ploeg waarschuwt dat de nieuwe kwetsbaarheden door RFID nog niet of nauwelijks in kaart zijn gebracht. “Het is op voorhand niet te zeggen wat de sociale, ethische en normatieve implicaties zijn van het leven in een omgeving die is vergeven van alomtegenwoordige computers – onzichtbaar en verveven met het alledaagse. Het is natuurlijk wel interessant wat er gebeurt met het traditionele dualisme tussen subject en object wanneer de fysieke omgevingen en objecten op grote schaal voorzien worden van sensoren en communicatiecapaciteiten. Maar je kunt niet zomaar subjectkwaliteiten toekennen aan smart objects in het internet der dingen.” Het Europese onderzoeksproject Safe-guards in a World of Ambient Intelligence (SWAMI) bracht enkele kwetsbaarheden en bedreigingen van RFID in kaart. Enkele conclusies:

- 1) De toenemende complexiteit van computersystemen vereist steeds hogere kennisniveau’s en veiligheidsmechanismes.
- 2) Een gebrek aan transparantie in een wereld van onzichtbare connectiviteit zorgt voor gevoelens van onzekerheid en wantrouwen onder burgers.

- 3) Er ontstaat een groeiende digitale kloof tussen geprivilegieerde burgers die meegaan met nieuwe technologische ontwikkelingen en burgers die dat niet kunnen of niet willen.

Deze drie punten zijn minstens zo nijpend als privacy en veiligheid. Maar in het Nederlandse debat zijn ze tot nu toe onderbelicht. In Nederland heten mensen niet burgers maar consumenten. Consumenten die – zoals de reclameslogan van de OV-chipkaart beweert – een leven willen dat steeds gemakkelijker wordt. Het debat wordt gevoerd in termen van kansen grijpen of de boot missen. Het is de hoogste tijd dat deze economische argumenten tegenwicht krijgen van sociale en culturele argumenten over de impact van ambient intelligence.

Peer-to-peer-power

Welke keuzes heeft de consument in de RFID-doordrenkte toekomst? In publieke discussie over RFID en privacy wordt de keuzevrijheid vaak gereduceerd tot de optie om de chip te deactiveren na aankoop van een product. Dit

‘knopje aan/uit’ biedt slechts de illusie van controle over een technologie die ver buiten het bereik van de gemiddelde Nederlander ligt. Maar innovatieconsultant Rob van Kranenburg ziet kansen voor RFID in de opkomende bottom-up participatiecultuur, zoals zichtbaar is in de open source- en peer-to-peer-netwerken van Web 2.0. Digitale netwerken hebben de burger in een professionele amateur veranderd die niet langer andermans technologie hackt, maar zelf netwerken, software en hardware bouwt. Het gaat deze kritische mediagebruikers niet zozeer om het handhaven van hun privacy, betoogt ook mediaresearcher Klaas Kuitenbrouwer, maar om (mede)zeggenschap over alle componenten van de technologie. De readers, chips én de databases. In het huidige scenario van EPCglobal is geen plaats voor consumenten als medespelers, het spreekt alleen over marktpartijen.

Immuunsysteem tegen RFID-infiltratie

Is er een ontsnappen aan? Of laat je straks tijdens een wandeling op straat lang houdbare digitale sporen achter? Sporen waar je geen controle over hebt en die verregaande gevolgen kunnen hebben.

Er moet een mogelijkheid blijven om RFID-loos door het leven te gaan, is de eensgezinde conclusie van het Nederlandse RFID-debat. Maar hoe kun je RFID vermijden? Door de ontwikkeling van “immuunsystemen tegen niet-waarneembare infiltratie door artificiële actoren”, schrijft filosoof Cecile Crutzen. “Onze omgeving wordt besmet en vergiftigd door onwenselijke data en activiteiten. Ons leven kan zich alleen stabiliseren als we ons kunnen afsluiten en selectief deelnemen.” Er moet een mogelijkheid komen voor ‘selectieve connectiviteit’, vinden ook mediacritici Rheingold en Kluitenberg. “Het recht om je volledig uit het publieke leven terug te trekken in het privé domein.” Het onderzoeksteam van Melanie Rieback werkt aan een praktischere oplossing: een draagbare RFID-stoorzender voor consumenten. Met deze RFID-gardian kunnen mensen zelf bepalen welke tags door een reader gelezen mogen worden. En welke niet...

[illegible]



Het alledaagse wint van het wilde experiment

Verhalen werden er natuurlijk altijd al verteld, maar de literatuur werd pas geboren na de uitvinding van de boek-kunst. Toen internet in 1994 voor het grote publiek beschikbaar werd, had men soortgelijke verwachtingen: dit medium zou literatuur – as we know it – veranderen. Is dat gebeurd? Bestaat er zoiets als nieuwe-medialiteratuur in Nederland? Literaire teksten die gebruik maken van de technische mogelijkheden van de computer, van internet? Lezers die zich al klikkend een weg banen door het verhaal? Arie Altena houdt het literaire landschap op het internet nauwlettend in de gaten.

Auteur: Arie Altena

De introductie van een nieuwe technologie gaat vaak gepaard met wilde dromen over grootse veranderingen. Ze bestonden, de schrijvers die droomden van een nieuwe literatuur, een literatuur van nieuwe media, gemaakt met computers, bestemd voor het internet. Dit waren de pioniers die al in de jaren tachtig aan de slag gingen. Begin jaren negentig, toen het web veelbelovend opkwam, was er ook in Nederland even wat aandacht voor literaire experimenten voor de nieuwe media. Daarna werd de ‘nieuwe veelbelovende technologie’ van internet een heel gewoon onderdeel van het dagelijks leven. In de Verenigde Staten en Duitsland had de nieuwe-medialiteratuur inmiddels een kleine voet aan de grond gekregen, maar in Nederland leek ze uit te doven. Er waren nog wel een paar elektronische experimenten, maar die droegen zelden de naam literatuur.

Literatuur ≠ boek

Heeft de komst van nieuwe technologie dan niet meer dan een marginaal effect gehad op literatuur? Of is er ‘onderhuids’ al meer veranderd dan een snelle blik op internet doet vermoeden? Door computer, e-mail en internet schrijven we meer dan ooit. En schrijven is flexibel geworden dankzij backspace, appeltje-X appeltje-V en appeltje-Z. Ook de hyperlink heeft ongemerkt onze kijk op tekst veranderd sinds de grafische internetbrowser het world wide web vanaf 1994 voor een steeds groter publiek toegankelijk maakte. Literatuur is natuurlijk meer dan een boek. Het boek is niet meer dan een drager voor tekst, literatuur is net zo goed te beluisteren of op het internet te lezen. Als je literatuur zo definieert – als een begrip dat niet is gebonden aan een specifiek medium, of een specifieke drager – kunnen we literatuur dus ook ‘elders’ zoeken. Dan kunnen we well-icht de contouren van nieuwemedia-literatuur ontwaren. Want misschien is ze eerder onzichtbaar, ondergedoken in allerlei verschijningsvormen, dan een zich groots manifesterend fenomeen. Misschien is het een literatuur die zich nauwelijks onder één label laat samenvoegen, maar wel literair is, dat wil zeggen: de aandacht vestigt op de taal en de tekst zelf.

Hypertekst

Het opvallendste kenmerk van internet is de hyperlink. Alle hoop voor de e-literatuur was in eerste instantie dan ook gericht op de link. Schrijven met links betekent het schrijven van een hypertekst: een tekst die bestaat uit losse tekstfragmenten die met elkaar gelinkt zijn en in verschillende volgorde gelezen kunnen worden. Hoewel zulke ideeën al vrij oud zijn, heeft het tot de jaren tachtig geduurd voordat het schrijven van hyperteksten op de

computer op gang kwam. Het Macintosh-programma HyperCard vormde de eerste aanzet. Met HyperCard kon je vrij eenvoudig zelf databases programmeren voor alle soorten inhoud, die je kon verbinden met links. Destijds was het maken van links tussen teksten een ware ontdekking, een aha-erlebnis. In dezelfde tijd werd Storyspace ontwikkeld, een programma voor het schrijven van hyperteksten. Een hypertekst is een tekst die bestaat uit losse tekstfragmenten die met elkaar gelinkt zijn en in verschillende volgorde gelezen kunnen worden. Begin jaren negentig werden er een aantal literaire hyperteksten in Hypercard en Storyspace geschreven en gepubliceerd. Vooral in de universitaire wereld ontstond daarop een bloeiende interesse voor interactieve literatuur en haar voorgangers. De hypertekstroman gold lange tijd als hét voorbeeld van nieuwe-medialiteratuur.

Rizoom

De hypertekstroman past goed bij de poststructuralistische visie op literatuur: teksten zijn een web, een weefsel. En lezen is de activiteit die de tekst tot leven brengt. In hyperteksten is lezen een activiteit, zonder klikken verschijnt er geen tekst, de links weven letterlijk een web van teksten, waarin de lezer navigeert en zijn eigen pad uitstippelt. Zulke teksten hebben geen begin en einde maar waaieren uit als een rizoom. Het was erg verleidelijk om de komst van de elektronische teksten te zien als het moment waarop de lezer de macht grijpt, zich bevrijdt uit de kluis-ters van het boek met haar rechtlijnige structuur en haar afgeronde verhaal.

Literaire games

In interactieve fictie of interactieve literatuur neemt de lezer een eigen rol aan in het verhaal. Naast de hypertekst ontwikkelen zich ook andere genres van interactieve fictie, meestal in spel-vorm. Addventure – interactieve fictie in boekvorm en de role playing games als Zork waren een belangrijke inspiratiebron. In Nederland kwam De Digitale Stad (DDS) in 1994 met de multi-speler-omgeving Metro. In deze puur tekstuele voorloper van Second Life konden ‘bewoners’ hun eigen karakter, regels voor interactie, objecten en ruimtes creëren. Kleding, huizen en virtuele tatoeages waren niet te zien; ze werden beschreven in woorden. Rondswaalen door Metro betekende een avontuur beleven. Sommige delen waren literair interessant omdat er mooi geschreven werd of omdat de beschrijving van de ruimte iets suggereerde of losmaakte. Metro zorgde voor een ‘kick’. Was dit de bevrijding van de eeuwenoude narratieve wetten, zoals de poststructuralisten voorstonden? In diezelfde tijd werden literaire avonden over het einde van het boek georganiseerd, en studenten Literatuurwetenschap konden de eerste colleges Elektronische literatuur volgen. Schrijvers als Dirk van Weelden doken enthousiast in het onderwerp.

Louis Stiller en Peter Mertens richtten in 1994 een uitgeverij voor elektronische literatuur op: Album. De eerste publicatie werd Schaman gaat voor Goud van Gert-Jan van Schoonhoven. Deze cd-romnovelle bestaat uit losse tekst- en beeldfragmenten. De lezer klikt zich een weg door het hoofdstuk. De zinnen verschijnen een voor een op het scherm en bepalen het leestempo. Schaman gaat voor Goud werd in de meeste grote kranten welwillend onthaald. Album gaf nog enkele andere

cd-romproducties uit, maar in 1998 viel het doek; subsidie was moeilijk te krijgen, literaire cd-roms bleken moeilijk verkoopbaar.

Tijdrovend

Wat is er van al dat pionieren over? Een bekend en relatief recent voorbeeld van hyperlinkliteratuur is ‘De Amerikaan die ik nooit geweest ben’ van Chris Keulemans uit 2004. In een boek, een dvd, een radiodocumentaire en een website (www.deamerikaan.nl) verkent hij samen met fotograaf Rob Smits het beeld dat men zich van Amerika vormt, zonder er ooit geweest te zijn. Dat er verder geen bloeiende literaire hypertekstscene is ontstaan wekt niet echt verbazing. Het bleek nogal lastig te zijn om in je eentje een goede hypertekst te schrijven. Tijdrovend ook. Schrijven, en dat gaat nog steeds op, is vooral een kwestie van woorden achter elkaar zetten. Hypertekst bleef zo een Fremdkörper in de literatuur. De link voelde zich beter thuis in archiefontsluiting, informatiemanagement en games.

Nieuwe-mediaklassieker

Dichtgenres als klankpoëzie, visuele poëzie en constrained writing bestonden ook al voor de opkomst van het world wide web, maar internet gaf ze een enorme push. Veel avant-gardistisch en experimenteel werk dat vroeger moeilijk toegankelijk was valt te lezen (en downloaden) op UbuWeb. Ook in Nederland en België verschenen mooie staaltjes internetpoëzie. Mark Boog en Tonnus Oosterhoff maken geanimeerde poëzie en programmeren gedichten in flash. Er is sound poetry (Jaap Blonk, Jelle Meander) en er zijn dichters die hun work-in-progress online publiceren (Han van der Vegt). De hyperpoëzie van www.nobodyhere.com van Jogchem Niemandsverdriet (pseudoniem) is misschien wel de eerste nieuwe-mediaklassieker van Nederlandse bodem. Zijn webkunstwerk is een internationale hit. De site is in het Engels, Japans en Nederlands te lezen. Het Fonds voor de Letteren stimuleert nieuwe-mediapoëzie en daar komen soms mooie dingen uit voort. En dan zijn er gewone literaire tijdschriften, sites voor amateurschrijvers, en het serieuze debat over literatuur verplaatst zich meer en meer naar de online media.

Verhalen in de buurt

Dan zijn er ook nog de verhalenprojecten op internet. Soms hebben ze een maatschappelijk doel, bijvoorbeeld het versterken van de onderlinge betrokkenheid in een buurt. De ‘auteur’ van zo’n project is een team van ontwerpers dat de kaders vaststelt. De inhoud komt van de gebruikers. In Nederland is er bijvoorbeeld www.droombeek.nl. Op deze website kunnen (oud)bewoners van het Enschedese Roombeek verhalen en foto’s kwijt over vroeger, toen de wijk nog niet was weggevaagd door de vuurwerkramp in 2000. Dit is een vorm van community art. Het is anonieme literatuur; de individuele auteurs zijn minder belangrijk dan het netwerk. Met de huidige mobiele technologie en GPS krijgt dit soort literatuur een extra dimensie: elk verhaal is aan een exacte locatie te koppelen. Droombeek maakt ook gebruik van locative art, of locative fiction. Alle verhalen en foto’s op Droombeek hebben een GPS-code meegenomen. Wandelaars kunnen op een speciale GPS-handcomputer zien wat zich ooit op de plek onder hun voeten afspeelde. Andere voorbeelden

waar de stad een verhalenverzameling wordt, waren de inmiddels afgesloten projecten Stadschromosomen in Antwerpen en Codex Kodanski in Rotterdam. Al deze voorbeelden wekken de indruk van een levendige cultuur. Maar elektronische literatuur blijft toch een subgenre is. Misschien is literatuur ook niet het beste label voor kunst en cultuur op het snijvlak tussen beeldende kunst, muziek en poëzie, tussen softwarekunst en literatuur.

Boontjes en Blogs

In de jaren zestig schreef de Vlaamse schrijver Louis Paul Boon column na column voor een krant – zijn ‘Boontjes’. Niet zelden probeerde hij daarin ideeën voor zijn romans uit. Fragmenten uit de Boontjes kwamen later in bewerkte vorm terug in zijn romans. Dat doet denken aan de blogwereld van vandaag. Ook in sommige weblogs vinden we gedistribueerde verhalen, die soms – met opzet of per ongeluk – een literaire kwaliteit ontwikkelen. Soms speelt zo’n verhaal zich binnen één weblog af, soms verdeeld over meerdere blogs. En alles zonder tussenkomst van een uitgeverij. Het is bijna onzichtbare literatuur – omdat de kwaliteit even opduikt en ook snel weer verdwijnt in geklets. Daarom is het lastig om goede voorbeelden te geven. Elk voorbeeld van een literaire blog lijkt arbitrair. Vaak kun je van de ene naar de andere blog doorklikken en dan ineens wat moois lezen. De meer beschouwende blogs als die van Marc Reugebrink (<http://reugebrink.sky-netblogs.be>), Samuel Vriezen (<http://www.xs4all.nl/~sqv>) of De Contrabas (<http://decontrabas.typepad.com>) bieden constantere kwaliteit. Dan zijn er ook nog de blogs waarin een kunstenaar een fictief personage creëert, en op internet verslag doet van zijn avonturen. Bezoekers leveren vaak ook bijdrages aan het verhaal, waar de schrijver weer op door gaat. Zo ontstaat een mengeling tussen online-performancekunst en een interactief verhaal. Blogs laten zich zelden kennen als literatuur. De lezer moet de literatuur er zelf in zoeken. Als je geluk hebt, pluk je er een paar juweeltjes tussenuit.

Literatuur transformeert in tijden van nieuwe media. Bedenk ook dat het begrip literatuur pas in de loop van de zeventiende en de achttiende eeuw tot stand kwam. Voor die tijd waren er teksten, in allerlei genres, alleen het overkoepelend begrip ‘literatuur’ ontbrak. Met andere woorden: er was literatuur voor er literatuur was. Wie in de 21ste eeuw zoekt naar bloeiende literatuur, moet ook kijken naar de literatuur voorbij de literatuur. Literatuur die misschien niet literair lijkt in de ogen van een 20ste-eeuwer, die anoniemer is, minder spectaculair, dagelijkse, toevalliger.

Algoritmes als airbrush

In een wereld waarin alles draait om controle, besluit ontwerper Luna Maurer om de controle uit handen te geven. Haar ontwerpen worden mede bepaald door externe factoren. Over de magie van het onvoorspelbare, de stapelwolken boven het Museumplein en boeken die een eigen leven gaan leiden.

Auteur: Luna Maurer

Als we de wereld willen vormgeven, kunnen we niet om de vragen over het leven heen. Een ontwerp moet iets zeggen over onze maatschappij. Eén van die vragen is ‘controle’. Mijn leven speelt zich voor een groot deel achter mijn laptop af. Met mijn mobiele telefoon bij de hand en een snelle wireless internetverbinding, voel ik me connected. Ik, en velen met mij, organiseer mijn leven, mijn bankzaken, de belasting en mijn vliegtickets met technologie. We laten minder aan het toeval over. De filosoof Patricia de Martelaere vindt het inherent aan de mens dat hij op zoek gaat naar controle: ‘Alle levende wezens zoeken controle in hun omgeving. De mens heeft alleen meer middelen dan dieren om controle uit te oefenen.’

Logo = kleur

We weten allemaal dat de wereld zich niet laat controleren, het is een illusie dat we onze wereld kunnen beheersen. Ondanks alle technologische vooruitgang. We moeten nadenken over hoe we controle willen uitoefenen. Of wanneer we er juist van afzien. Hoe pas je dat bij een ontwerp toe? Ik kies ervoor om die controle weg te geven. Dat is een bewuste handeling. Aan controle loslaten hangt toch de connotatie van controle verliezen. In mijn ontwerp geef ik de controle uit handen. Maar aan wie of wat? Lever ik het ontwerp over aan de grillen van de gebruiker, van een formule? Ik zal een voorbeeld geven. Voor Quarantine Series, een voormalige kunstruimte in Amsterdam, mocht ik de visuele identiteit ontwerpen. Ik zocht naar iets anders dan een traditioneel logo. Een dynamisch logo moest het worden, iets wat herkenbaar en toch altijd anders is. Het logo werd kleur. Geen vorm, alleen kleur. En niet één kleur, maar een kleur die elke dag wisselt. De kleur werd bepaald door een chaotisch algoritme – waarbij de kleur van gisteren de input vormde voor de kleur van vandaag. Door de controle voor het ontwerp af te staan aan een formule, moest ik accepteren dat er kleuren ontstonden die ik zelf niet zou kiezen. Teveel roze tinten bijvoorbeeld. Maar juist het resultaat van het systeem lokte weer creatieve beslissingen uit. Zo werd het programma van de kunstruimte soms aangepast aan de kleur van de dag. Op www.quarantine.nl zie je de kleuren vanaf 08-04-03 onder elkaar staan.

Veranderlijke wolken

In mijn project www.sky-catcher.nl wordt het uiterlijk van de website niet door een computeralgoritme bepaald, maar door hoe de lucht er op dat moment uitziet. Op het dak van De Balie in Amsterdam heb ik een fotocamera geïnstalleerd die om de vijf minuten foto’s van de hemel boven het Museumplein maakt. De foto’s worden automatisch geüpload en vormen elk vijf minuten lang de achtergrond van de website. De website verandert daarmee continuë - onder invloed van het weer, de wolkenformaties, de cyclus van dag en nacht en kunstlicht. Verder past de kleur van de tekst op de site zich automatisch aan op de kleur van de hemel.

Alle foto’s blijven op de website staan. Daarmee is het een gigantisch archief met tot nu toe ongeveer 150.000 afbeeldingen van de lucht die je per datum kunt bekijken. De foto’s van de lucht op een dag kun je ook als animatie afspelen. Verder is er een poster die bestaat uit 17.000 luchtfoto’s van een heel jaar. Daarop zijn twee wit-blauwe organische figuren te zien tegen de achtergrond van het zwart van de nacht. In die vormen zie je het verschil tussen dag en nacht terug, de lengte van dagen in zomer en winter en de stand van de maan.

Emergente ontwerpen

Voordat ik de controle weggeef, moet ik wel een systeem ontwikkelen dat de ontwerpbeslissingen overneemt. Ik maak beslissingen over welke factoren het ontwerp beïnvloeden, maar ook aan welke regels en eigenschappen deze systemen gehoorzamen. Ik denk bij het ontwerpen graag in termen van organismen. Onze wereld bestaat uit ontelbare organismen, systemen die steeds complexer worden: van meercellige organismen tot maatschappij en cultuur. Deze organismen functioneren los van elkaar, maar zijn ook van elkaar afhankelijk; ze beïnvloeden elkaar, vormen patronen, zoeken naar een interne orde. Je ziet dat visuele patronen uit de natuur terugkomen in de economie en de cultuur. Er verschijnen ook spontaan nieuwe patronen uit een complex systeem; emergentie. Het organisme vertoont dan gedrag dat niet toe te schrijven is aan A óf B, maar aan de interactie tussen A en B. Mijn ontwerpen vertonen ook emergent gedrag: ik geef de programmatuur achter mijn ontwerp een paar eenvoudige regels mee en doordat die regels op elkaar reageren, verrast het ontwerp me met allerlei nieuwe eigenschappen die ik er zelf niet ingestopt had. Het ontwerp gaat een eigen leven leiden.

Tactiele ervaring

De website die ik maakte voor het Sandberg Instituut, waar ik overigens ook gestudeerd heb, vertoont emergent gedrag. De website bestaat uit een matrix-grid met gelijke vierkanten. Wanneer je met de muiscursor over de matrix beweegt, merk je dat je de lijnen kunt wegduwen. Ze ontwijken je cursor volgens bepaalde regels (massa-veerkrachten) en werken zo op elkaar dat je de matrix als elastisch en plooibaar ervaart. Je zit te spelen met het steeds veranderende gedrag van de matrix. Het suggereert een tactiele ervaring. Een ander voorbeeld waarin ik de controle over het eindproduct uit handen heb gegeven, was een papieren catalogus voor een kunstfestival. Dwars door de officiële catalogus met alle kunstenaars en hun werken, loopt het verhaal over de totstandkoming van de catalogus. De ontstaansgeschiedenis staat letterlijk tussen de redactionele tekst en beeld van het festival. Door de mix van twee soorten tekst, oogt de bladspiegel onregelmatig, organisch. Soms overwoekert de tekst over ‘het proces’ en andere pagina’s andere zijn leeg en nuchter. Op die manier versmelten de officiële tekst van de catalogus en de tekst over de evolutie van het boek, soms wrijvend, soms homogeen.

Dynamisch ontwerpen

Met dynamisch ontwerpen ontstaan vormen die zich niet als de enige ware vorm presenteren. Het ontwerp is op het ene moment zo, maar op het andere weer anders. Het ontwerp ondergaat een permanente verandering. De be-

tekenis van het ontwerp ligt ook in de verandering en niet in het ontwerp van de verschillende momenten. Een voorbeeld van dynamisch ontwerpen is het visualiseren van veranderende informatie. De eigenaar van een website kan dankzij content managementsystemen gemakkelijk informatie online zetten. Zonder tussenkomst van de ontwerper. De inhoud van de website verandert daardoor, en ik vind dat de vorm daarin mee moet gaan. Een voorbeeld is de portfoliowebsite die ik heb ontworpen voor sieradenontwerpster Dinie Besems (www.diniebesems.nl). Haar werk is ingedeeld volgens jaarringen die donkerder waarden naarmate ze in dat jaar meer heeft geproduceerd. Het ontwerp reageert inhoudelijke op de gepubliceerde informatie en het ontwerp is ook informatief; je weet immers dat een donkere jaarring meer content bevat dan een lichte. Een andere benadering van dynamisch ontwerpen is het ontwerpen van gereedschappen waar andere makers mee aan de gang kunnen. Bij het ontwerpen van deze tools is het belangrijk dat je je realiseert dat jouw gereedschap de kaders schept waarbinnen de gebruiker aan de gang kan. Jouw ontwerp is medebepalend voor de vorm die hun ‘eindproduct’ krijgt. De website die ik voor de schrijver Peter Verhelst ontwierp (www.peterverhelst.com) illustreert dit. Dit programma heeft invloed op de manier waarop hij schrijft.

900x de code doorlopen

Ontwerpen met regels is een systematische manier van ontwerpen. Maar de regels zijn verzonnen door de ontwerper, en daarmee subjectief. Het verwerken van subjectieve ideeën met regels is absurd. Vandaar dan een vriend mijn ontwerpen laatst ‘absurd objectief’ noemde. Hoe ontwerp ik mijn regels? Zijn het regels die op de meest directe en logische manier tot een oplossing leiden, of geef ik de regels nog andere eigenschappen? De poster voor de tentoonstelling NEST in het Stedelijk Museum Amsterdam is het resultaat van een programmeercode die door de ontwerper bijgestuurd moet worden. Een deel van de code bepaalt automatisch hoe een lijn moet lopen, waar een foto geplaatst worden. Maar op sommige momenten is er een moment ingebouwd waarop de ontwerper een keuze moet maken. De ontwerper moet de code net zo vaak doorlopen tot alle eisen die ik in de formule heb ingebouwd bevredigd zijn, voor de poster van NEST werd dat negenhonderd keer. Zo is de intuïtieve keuze (of smaak) van de ontwerper bewust in de code geprogrammeerd. Ik streef naar een combinatie van systematiek en menselijke ingrijpen. Een ontwerp heeft nou eenmaal meer aantrekkingskracht en geloofwaardigheid als het resultaat niet uit een machine voortkomt.

Met de opkomst van computers en visuele software, zoals Processing en Flash, kan iedereen een generatief ontwerp maken. Wat iedereen dan ook prompt en in groten getale doet. Maar veel verder dan grafische vormen gaat het merendeel van die ontwerpen niet. Wat ze ook weergeven; lijnen, vlakken, netwerken of complexe visualisaties, ze hebben allemaal dezelfde computergegenereerde esthetiek. Ik zoek binnen de systematiek naar de menselijke verstoring, de imperfectie en de magie. Een ontwerp blijft alleen spannend als je het gevoel hebt, dat je het nooit volledig kan begrijpen of beheersen. En daarvoor is er toch ergens een menselijke interventie nodig. Ik herken me in wat de wiskundige en bioloog Brian Goodwin zegt over zijn onderzoek naar complexe systemen: ‘We don’t explain

things away in science. We get closer to the mystery’.

Colofon

Redactie:
Mieke Gerritzen
Marieke Kruithof
Geert Lovink
Sabine Niederer
Theo Ploeg

Auteurs:
Arie Altena
Richard de Boer
Josephine Bosma
Lenie Brouwer
Peter Bruyn
Annet Dekker
Daniëlle van Diemen
Joris Dormans
Alex de Jong
Eric Kluitenberg
Rob van Kranenburg
Geert Lovink
Luna Maurer
Koert van Mensvoort
Arjen Mulder
Wim Nijenhuis
Peter Olsthoorn
Theo Ploeg
Marc Schuilenberg
Femke Sleegers

Eindredactie:
Femke Sleegers
Theo Ploeg

Vormgeving:
Florian Conradi
i.s.m. Michelle Christensen

Druk:
Dijkman Offset, Diemen

Oplage: 5000

Uitgever:
Instituut voor Netwerkcultuur

Deze publicatie is geproduceerd en uitgegeven door het Instituut voor Netwerkcultuur, Lectoraat van het Instituut voor Interactieve Media, Hogeschool van Amsterdam, in samenwerking met het Sandberg Instituut.

De uitgave is mede mogelijk gemaakt door de Mondriaan Stichting (www.mondriaanfoundation.nl) en de Hogeschool van Amsterdam, Instituut voor Interactieve Media. Voor meer informatie of het bestellen van extra exemplaren:

Instituut voor Netwerkcultuur
HvA Interactieve Media
Rhijnspoorplein 1
1091 GC Amsterdam

T. 020- 595 18 66
F. 020- 595 18 40
E. info@networkcultures.org
I. www.networkcultures.org/krant

Dit werk is gepubliceerd onder de Creative Commons Naamsvermelding-Niet-commercieel-Geen afgeleide werken 2.5 Licentie Nederland. Een kopie van deze licentie is te vinden op <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/nl/>.

