

## Recente ontwikkelingen binnen virtuele netwerking en de meerwaarde ervan binnen cultuurcommunicatie

tekst naar aanleiding van de werksessie voor de studiedag 'Van stedelijke website naar digitale stad', Mechelen - 8 september 2005.

*'Individuals build their networks, on-line and off-line, on the basis of their interests, values, affinities and project...On-line networks, when they stabilize in their practice, may build communities, virtual communities, different from physical communities, but not necessarily less intense or less effective in binding and mobilizing'*<sup>1</sup>.

De socioloog Manuel Castells heeft het hier over het individu dat zich op 'losse' wijze linkt met gelijkgezinden rond specifieke onderwerpen. Wat aansluit bij de houding van wat vandaag de 'ipod' generatie wordt genoemd. De jonge computer - en internetgeneratie, twintigers en dertigers met een erg drukke levensstijl, die snel en vlot geïnformeerd wil worden.

Er tekenen zich nu eigenlijk twee trends af. Enerzijds is er nu een evolutie merkbaar van 'virtual communities' met een vaste ontmoetingsplek op het web voor gelijkgezinden, zoals Howard Rheingold ze omschreef in 1993,

naar een lossere vorm van 'virtuele netwerking' of het fenomeen van 'The Loose Web'<sup>2</sup> wat niet staat voor vrijblijvendheid, maar wel voor het sneller en makkelijker linken, connecteren en wisselen van de ene virtuele informatie bron naar de andere.

Anderzijds geven recente studies aan dat de meeste mensen het internet gebruiken om er gericht op zoek te gaan naar informatie, liefst met audio en video verrijkt. Ze zijn zo blijkt heel streng tegenover het aanbod<sup>3</sup>, dat hen nu nog vaak op hun honger laat. Sommigen onder hen kunnen, dankzij de digitale fotografie, digitale video en andere opnametechnieken, zelf vlot met beeld en geluid om en weten hoe ze er webmatig mee aan de slag kunnen gaan. Ze wisselen ook vlot webcreaties met andere gebruikers uit.

Willen we vandaag aan deze vraag voldoen en willen we enerzijds inspelen op de trend van de creatieve thuisgebruiker en anderzijds op de nieuwe vorm van netwerken, dan zullen we ons aanbod als informatieverstrekker toch iets dieper, interactiever en meer gericht moeten laten verlopen<sup>4</sup>.

Participatie en wisselwerking tussen informatieverstrekkers en informatieontvangers krijgt zo een nieuwe invulling. Ook waarden als originaliteit en authenticiteit krijgen hier een nieuwe betekenis. Er ontstaat als het ware een nieuwe digitale cultuur<sup>5</sup> - lees 'e-cultuur' - die stilaan integraal

deel gaat uitmaken van onze kennismaatschappij.

Toegegeven, e-cultuur is geen eenduidig begrip, maar juist daardoor geeft het ruimte aan een brede invulling. E-cultuur zou zo het domein kunnen zijn waarin publiek en culturele instelling elkaar op een 'digitale' en 'interactieve' manier ontmoeten.

### Virtueel netwerken – informatie en interactie binnen communicatie

Om in te spelen op deze nieuwe manier van 'netwerken' en om de link tussen informatie en interactie binnen de communicatie te versterken, zijn er vandaag wel enkele tools die succesvol aansluiten bij deze trend, tenminste als ze een volwaardige plek krijgen binnen de globale communicatiemix. De interactie-tool die je kiest, wordt bepaald door het publiek dat je wil bereiken.

Wil je echt in discussie gaan met het publiek dan brengen fora, en nu vooral weblogs, soelaas. Ben je op zoek naar korte reacties of antwoorden, dan bieden toepassingen via SMS heel wat mogelijkheden.

Fora en weblogs kunnen op een vrij eenvoudige manier geïntegreerd worden in je website. Zorgen **fora** voor de meer klassieke vorm van community waar het publiek een vrijplaats krijgt voor discussie of waar jij als informatieverstrekker in dialoog kan gaan met

<sup>1</sup> Castells, M. (2001/2003) *The Internet Galaxy*, Oxford University Press.

<sup>2</sup> Burnett, R en P. D. Marshall (2003) *Web Theory – An introduction*, Routledge, London.

<sup>3</sup> Cameron, F. (2002), World of Museums: Wired Collections – the Next Generation, in *Museum Management and Curatorship* 19 (2), pp.309-315. Van Belleghem, S. [www.insites.be](http://www.insites.be).

<sup>4</sup> Bauwens J en G. Nuelens (2005) *ICT in het culturele veld: de vitaliteit van het virtuele*, re-creatief Vlaanderen, workingpaper 1

<sup>5</sup> De Haan, J en F. Huysmans (2002) *E-cultuur: een empirische verkenning*, SCP, Den Haag.

het publiek, dan sluiten **weblogs**<sup>6</sup> vandaag beter aan bij de nieuwe trend waarbij losse interactie, maar met engagement, centraal staat.

Vergelijk het met de publicatie van online dagboeken, voorzien van tekst en/of beeld die door iedereen gelezen kunnen worden en waarop iedereen commentaar kan geven.

De 'postings' zijn meestal erg kort, linken door naar interessante artikels over eenzelfde onderwerp elders op het web en hebben elk een eigen 'permalink' zodat andere bloggers naar deze posting kunnen verwijzen of er commentaar op kunnen geven. Weblogs zorgen zo ook voor een snelle verspreiding van de boodschap door de lezers ervan, omdat heel wat bloggers commentaar geven op elkaars blog en omdat ze vaak naar elkaar doorlinken. Zo ontstaat er een 'blogcommunity' of een vorm van losse virtuele netwerken die nauw aansluiten bij het profiel van de huidige internetgebruiker. Blogs zelf zijn eigenlijk erg individueel. Het is dé virtuele plek waar je persoonlijke bedenkingen, ideeën en informatie kunt posten onder de vorm van tekst en beeld. Anderzijds maken ze deel uit van een 'ongecontroleerd netwerk' dat organisch zijn weg vindt doorheen het Web. Meestal gaat het om een toevallig netwerk en soms verzamelen enkele bloggers zich bewust rond één blog met verschillende topics, zoals dat bijvoorbeeld het geval is bij **boingboing** (<http://www.boingboing.net>) of bij stadsblogs zoals **Gent blogt** (<http://gent.blogt.be>), wat een andere vorm van community doet ontstaan die vergelijkbaar is met online fora.

Door de gebruiksvriendelijke en vaak gratis software pakketten [Blogger](#), [Movable Type](#) en [WordPress](#), is het vandaag voor iedereen mogelijk om te

publiceren op het Web en is het voor culturele organisatoren een goedkope en eenvoudige manier om in 'interactie' te gaan met hun bezoekers. Toch wordt deze tool momenteel relatief weinig ingezet binnen het circuit van de culturele – en de overheidscommunicatie, nochtans biedt het systeem heel wat mogelijkheden. Zo kan je als culturele instelling een blog uitbouwen rond een bepaald thema, waarrond dan een langlopende discussie kan ontstaan met kritische en subjectieve input door andere bloggers.

Een weblog kan zo een verzamelplek worden van kennis en informatie die steeds up to date gebracht wordt door de gebruikers.

Kijk bijvoorbeeld naar de **blog** die opgestart is naar aanleiding van het **kunstendecreet** (<http://www.kunstendecreet.be>), een combinatie van droge informatie en erg individuele reacties, of nog de weblog **Da Price** (<http://www.daprice.be/>) rond dans en nieuwe media die vorig seizoen werd opgestart door de dansprogrammatrice van Cultuurcentrum Berchem en nu een ontmoetingsplek geworden is voor hij/zij die iets meer wil weten over de ontwikkelingen van nieuwe media binnen dansperformances.

Een blog kan ook deel gaan uitmaken van het artistiek proces binnen een culturele instelling en zo het publiek nauwer bij de voorstelling betrekken. Vorig seizoen ontwikkelde er zich rond de voorstelling *Daiss...* van Peter de Graef in HETPALEIS, een online verhaal doorspekt met faits divers van de acteurs, maar ook met diepgaande gesprekken over het schrijven en regisseren van een theaterstuk. De blog werd afgerond met een heuse 'weblogceremonie' waarbij de regisseur, de artiesten en de jongeren die reageerden op de postings van de artistieke ploeg elkaar in 'real live' ontmoetten.

Door audiofiles aan een weblogposting toe te voegen kan je nog een stap verder gaan en bij wijze van spreken als culturele instelling je eigen online radiokanaal openen. De audiobestanden worden met programma's, podcatchers genoemd, als iTunes binnengehaald en laten de gebruiker toe om ze online te beluisteren of om ze over te zetten op een iPod of andere mp3-speler. **Podcasting** is momenteel echt aan het boomen en kan, net als weblogs op allerlei manieren in de communicatie met het publiek worden ingepast. Door bij elke uitzending een weblogitem te voorzien geef je weer reactie-, discussie- en linkmogelijk aan je 'virtuele' bezoekers.

Zo gebruikt *The Fringe Edinburg* het medium om verslag uit te brengen van het dagelijkse reilen en zeilen op het festival (<http://edinburghfringe.thepodcastnetwork.com>). Premier Verhofstad zag in de podcast dan weer de oplossing om de *briefings van de ministerraad* online te zetten (<http://www.premier.be/nl/>). Het *Museum of Modern Art* in New York zette auditieve beschrijvingen van kunstwerken online ([http://moma.org/visit\\_moma/audio.html](http://moma.org/visit_moma/audio.html)) met als resultaat een reactie uit alternatieve hoek van *Art Mobs*, met hun alternatieve 'audio guide' ([http://mod.blogs.com/art\\_mobs/](http://mod.blogs.com/art_mobs/)).



<sup>6</sup> Winner, D, The history of Weblogs: <http://newhome.weblogs.com/historyofweblogs>

Binnen het culturele circuit van eigen bodem zijn er momenteel twee podcasts te beluisteren: **Woord** (een creatie van Stefan en Jeroen Perceval voor HETPALEIS –

<http://www.woord.be/>) en *de Stadsdichter podcast* (C.H.I.P.S. vzw en Antwerpen Boekenstad brengen gedichten en publieke optredens van stadsdichters samen op één plek – <http://www.stadsdichterpodcast.be/>).



Een mooie aanvulling bij het virtuele netwerkverhaal vormen de mogelijkheden die vandaag geboden worden door de mobiele telefonie. In tegenstelling tot het Internet, dat niet in elke huiskamer aanwezig is, heeft wel meer dan 80% van de Belgen een GSM en is het gebruik ervan ingeburgerd in alle lagen van de bevolking<sup>7</sup>. Door virtuele, reële en mobiele communicatie goed op elkaar af te stemmen zorg je dus voor een vlottere informatiestroom naar de eindgebruiker.

De acties binnen interactieve communicatie via SMS (short message service) zijn legio: het is immers dé ideale vorm van last-minute, one-to-one of one-to-many communicatie. Maar operatoren zorgen er voor dat het gebruik van SMS binnen communicatie nog erg duur blijft en bijgevolg niet de nodige ruimte krijgt om te groeien. Een recent rapport van Beltug pleit er dan ook voor om de prijs een sms-je sterk te drukken<sup>8</sup>.

Toch zijn al betaalbare vormen van **SMS-communicatie** mogelijk en is het vandaag al vrij eenvoudig om het systeem nu al te gebruiken in je informatiestroom naar het publiek, ook creatief. Zo liep tijdens Antwerpen Wereldboekenstad 2004 het project **STADSchromosomen - beeld van een stad** (i.s.m. citypoems in Leeds), waarbij de burger/bezoeker van Antwerpen uitgenodigd werd om via SMS een impressie door te sturen van een welbepaalde plek binnen 'Groot-Antwerpen' en zo mee te schrijven aan een nieuw stadsverhaal. De impressies werden verzameld op de website van STADSchromosomen waar ruimte was voor commentaar op de ingestuurde berichtjes.

Een publicatie aan het einde van het project legde dit verhaal in gedrukte en digitale versie vast. Aanvankelijk werd er nogal sceptisch gekeken naar de haalbaarheid van het project, omdat het juist doelde op een nieuwe vorm van 'virtuele' verbondenheid, met een volledige vrijheid van inhoudelijke creativiteit van de kant van de deelnemer. Toch werden er weinig onbruikbare tekstjes ingezonden en als er dan al een probleemtekst opdook, dan werd deze door andere deelnemers meteen geneutraliseerd. Door het linken van virtuele en reële acties tijdens het project werd het community-gevoel versterkt; zo werd er een heel traject uitgestippeld met het centrum voor volwassenen onderwijs Antwerpen Zuid. Resultaat is een diversiteit aan inzendingen waaruit vooral thema's naar vorgekomen zijn, die inspelen op het leven een stad. De presentatie van de publicatie bracht voor één keer 'reëel' alle partners, schrijvers en nieuwsgierigen van het stadsverhaal samen en zorgde voor een bonte mengeling in het publiek.

Was STADSchromosomen een eerste creatief experiment binnen het Vlaamse culturele landschap, dan zien we vandaag al nieuwe soortgelijke acties opduiken; onder meer bij het Poëziecentrum in Gent.

De mogelijkheden om op een 'creatieve' manier gebruik te maken van virtuele netwerken binnen je cultuurcommunicatie zijn met de huidige technologieën dus legio en erg divers. Het blijft echter telkens weer een uitdaging om de juiste communicatietools (nieuwe en oude media) te vinden om te juiste groep aan te spreken binnen een evenwichtige communicatiemix en met het sterkste resultaat.

#### **Over Kölgen & Laenen bvba**

*'Nieuwe Media' en 'Cultuurcommunicatie' vormen de twee pijlers van Kölgen & Laenen. Twee disciplines die elk op zich kunnen staan of elkaar aanvullen en versterken. Op het raakvlak tussen beide zijn combinaties zoals 'educatie en nieuwe media', 'ICT en cultuurparticipatie', 'communicatiestrategieën en nieuwe media' mogelijk. K&L wordt gedragen door Stefan Kölgen (specialist nieuwe media), Ann Laenen (cultuurcommunicatiedeskundige) en Tony De Telder (IT & Programmatuur). De nieuwste technologieën en de recentste ontwikkelingen binnen de communicatie toetsen aan de noden van de culturele instellingen staat bovenaan het lijstje van K&L. Kiezen uit de middelen die financieel haalbaar zijn en waar iedereen toegang toe heeft is cruciaal. Creatief en doelbewust omspringen met deze middelen is de boodschap om binnen het culturele veld 'nieuwe media', 'communicatie' en 'publieksparticipatie' zo goed mogelijk op elkaar af te stemmen.*

Kölgen & Laenen bvba- 03/290.48.37  
info@KandL.be- <http://www.kandl.be>

<sup>7</sup> Netsizegids 2005, <http://www.netsize.com>.

<sup>8</sup> BELTUG (Belgian Telecommunications Users Group), *De opportuniteiten voor zakelijke SMS-toepassingen, april 2005*; <http://www.beltug.be>