

CULTUUR ALS CONFRONTATIE

DIGITALE MEDIA

IN DE TECHNOLOGISCHE CULTUUR

perspectieven voor een kunst- en cultuurbeleid [Michiel Schwarz](#)

Voorwoord

Sommige interessante cultuurpolitieke vraagstukken spelen zich af op gebieden tussen traditionele sectoren en disciplines in. Het zijn als het ware horizontale vragen, die dwars door de traditioneel verticaal georiënteerde beleidsontwikkeling heen-snijden. Een aantal van die vragen heb ik voorgelegd aan specialisten die hun gezag juist ontleen aan hun vermogen om over de grenzen van diverse specialismen heen te kijken. Hun bevindingen zijn uitgemond in adviezen, die ik gebruik bij mijn gedachtenvorming over dit soort complexe vraagstukken.

Eén van die onderwerpen is de uitdagingen van de digitale media en communicatietechnologie voor het cultuurbeleid. In zijn essay 'Digitale media in de technologische cultuur' signaleert adviseur Michiel Schwarz de opkomst van een nieuwe 'culturele arena' als gevolg van digitale communicatie- en mediatechnologie. Die nieuwe arena vraagt naar zijn idee om een kunst- en cultuurbeleid, dat is verankerd in een cultuurpolitieke visie op de netwerksamenleving en de technologische cultuur.

Ik wil deze visie niet alleen voor mijn eigen gedachtenvorming gebruiken, maar hem langs deze weg ook voorwerp maken van het publieke cultuurpolitieke debat.

de Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen.

dr. F van der Ploeg

De arena van de technologische cultuur

Roland Barthes vertelt in zijn essay *La Tour Eiffel* hoe Maupassant regelmatig de lunch geniet in het restaurant boven op de Eiffeltoren, niet omdat het eten zo bijzonder was, maar omdat 'het de enige plaats is in Parijs waar ik de Eiffeltoren niet hoeft te zien'.¹ 'Het is waar,' schrijft Barthes, 'dat je in Parijs eindelijk veel maatregelen moet nemen om de Eiffeltoren niet te kunnen zien, in welk jaargetijde dan ook, door de mist en door de wolken, in de regen, op grijze of zonnige dagen - waar je ook bent, wat het landschap van daken, kerkkoepels of boomtakken dat jou er van scheidt ook moge zijn, de Toren is er'.²

Was de Eiffeltoren in het verleden het nieuwste technologische wonder, een uitzonderlijk object temidden van de normale dagelijkse wereld, aan het einde van de twintigste eeuw is de technologische wereld onze normale wereld geworden. Wij ervaren precies het tegenovergestelde als Maupassant: we leven als het ware bovenop, of beter, in een oneindige Eiffeltoren) in een technologische omgeving die we maar niet in beeld krijgen juist omdat we er zo midden in zitten. De betekenis van technologie in ons leven is verschoven van een plaatsgebonden, fysieke constructie, waarvan we kunnen proberen afstand te nemen, naar een alomantwoordig cultureel gegeven waar we zelf aan alle kanten mee zijn verweven.

Ingang

De ontwikkeling van digitale technologie en 'nieuwe media' heeft geleid tot nieuwe culturele praktijken, zowel binnen de kunsten als daarbuiten. De relatie tussen 'digitale media' en de 'kunsten' gaat evenwel een stuk verder dan een aantal nieuwe uitingen van 'mediakunst'. Terecht wordt er gesproken van een 'nieuwe mediacultuur' die veel meer behelst dan uitsluitend sectoren van kunst en culturele productie. In de jaren negentig zijn er nieuwe dwarsverbanden ontstaan tussen digitale mediatechnologie, kunst, cultuur en maatschappij. Het is deze nieuwe constellatie die uitgangspunt moet zijn in de ontwikkeling van een kunst- en cultuurbeleid rondom de digitale media.

Net zo min als we de nieuwe digitale kunstvormen kunnen isoleren van het veranderende 'medialandschap', kan de opkomst van de nieuwe 'digitale mediacultuur' worden afgezonderd van een aantal culturele en maatschappelijke ontwikkelingen. Pas wanneer we accepteren dat we de digitale media/kunsten moeten plaatsen in de context van de heersende technologische cultuur, kan de maatschappelijke betekenis van nieuwe kunstvormen en culturele praktijken zichtbaar worden gemaakt. Bovendien is het juist deze bredere context die leidt tot nieuwe betekenissen van 'kunst' en van 'kunstbeleid' – in relatie tot de digitale media. En ook de relevante betekenis en afbakening van 'cultuurbeleid' is daarmee aan de orde.

Het culturele debat over de zogenaamde nieuwe media wordt vaak in te enge termen gevoerd. Ten eerste wordt de discussie gedomineerd door de technische mogelijkheden van de mediatechnologieën. Ten tweede worden de nieuwe technologieën louter als instrumenten gezien. En ten derde worden

ze teveel beschouwd vanuit de praktijk van kunstproductie en niet in het licht van hun bredere culturele implicaties.

Deze notitie is een poging om de relatie tussen digitale media en de kunsten te positioneren in een cultureel perspectief dat zowel oog heeft voor de ontwikkeling van nieuwe kunstvormen- en praktijken (en daarmee het kunstbeleid) als voor de bredere culturele en maatschappelijke ontwikkelingen die de digitale (media)-technologie met zich mee brengt. Daarbij wordt vanuit de begrippen 'technologische cultuur' en 'netwerkmaatschappij' een conceptueel perspectief geschetst om de nieuwe 'arena' van de digitale mediacultuur in het vizier te krijgen. Vanuit dat kader worden een aantal 'wegwijzers' richting kunst- en cultuurbeleid geplaatst. In het afsluitende deel worden enige contouren aangegeven voor de beleidsontwikkeling rondom digitale media.

- 6 Woorden zijn belangrijk. Vandaar één opmerking vooraf over de gebruikte terminologie. Bij de nieuwe mediacultuur en het kunstbeleid gaat het onder meer om nieuwe vormen van wat vaak als 'mediakunst' wordt bestempeld. Om de nieuwe kunstvormen en culturele praktijken te benoemen wordt hier gekozen voor de term 'digitale media/kunsten'. De schuine streep symboliseert de nieuwe vormen en verbindingen *tussen* de 'media' en de 'kunsten'.

Technologie in cultureel perspectief

Veel van de beschouwingen over de relatie tussen nieuwe media en kunst nemen de technologische ontwikkelingen als uitgangspunt. Ze projecteren de mogelijkheden die door computer- en mediatechnieken worden aangereikt voor de kunstpraktijk. Cultuurpolitieke vragen rond de digitale media worden zo gereduceerd tot het beschrijven van de gevolgen *van* de technologie *op* de culturele sector. Maar de technologische

veranderingen (die terecht als één van de drijfveren achter de zogenaamde digitale revolutie worden gezien) staan nooit op zichzelf. In hun oorsprong en zeker in hun gevolgen zijn ze op allerlei fronten verbonden met verschillende maatschappelijke, economische en culturele terreinen.

Nieuwe toepassingen van informatie- en communicatietechnologie (ICT in het jargon van het technologiebeleid) zijn in de culturele sector niet los te zien van de ontwikkeling in 'oude' media als televisie en radio, fotografie, film en op andere terreinen waar de beeldcultuur wordt vormgegeven (bijvoorbeeld de reclamesector of grafische vormgeving). Bovendien kan het artistieke productieproces, met name op het zeer diverse en interdisciplinaire terrein van digitale media, evenmin als autonome kracht worden gezien.

Dit alles betekent dat we de 'mediakunsten' (alsook het proces van technologische innovatie dat daarin een rol speelt) vanuit een breed maatschappelijk-cultureel perspectief moeten benaderen, willen we de betekenis ervan op waarde kunnen schatten. Dat is het startpunt voor een beleidsrelevante discussie over kunst- en cultuurbeleid in relatie tot digitale media. Dit is des te noodzakelijker omdat – met name rondom de digitale media – het maatschappelijk begrip van 'cultuur' en 'kunst' zélf aan verandering onderhevig is.

De culturele betekenis van de digitale media ligt vooral in de wisselwerkingen en nieuwe verbindingen tussen technologische veranderingen en culturele praktijken en communicatievormen. Rond de digitale media geldt meer dan waar ook, dat er een grote mate van verwevenheid is tussen technologische en culturele ontwikkelingen. Sterker nog: er is sprake van een 'technologische cultuur'. Dat vormt de relevante context voor de relatie tussen de digitale media en de culturele sector.

Technologische cultuur

Het idee van 'technologische cultuur' (zoals ik dat eind jaren tachtig heb geïntroduceerd) is tweeledig.³ Technologie is ons milieu. Wij zijn omgeven door technologische producten en hulpmiddelen, die het leven en onze levensstijl in steeds sterkere mate bepalen. In dit opzicht leven we vandaag de dag *in* een technologische cultuur. Ten tweede, technologische ontwikkeling is de dominante factor achter de normen, waarden, percepties en aspiraties die ons denken, ons handelen en onze maatschappelijke relaties bepalen. In deze antropologische zin kunnen we stellen dat de westerse cultuur een technologische cultuur *is* geworden.

8 In de praktijk nemen we de technologische cultuur waar in de wijze waarop ontwikkelingen in 'culturele' terreinen als media, onderwijs, kunst en recreatie steeds meer worden beïnvloed door technologische ontwikkelingen, en daarmee verweven raken. In de moderne maatschappij is de verwevenheid tussen 'technologie' en 'cultuur' zo groot dat vrijwel iedere technologische verandering 'automatisch' ook een culturele verandering inhoudt. Tegelijkertijd is er bijna geen domein te bedenken in de cultuur (in de antropologische zin van het woord) dat immuun is voor technologische ontwikkelingen. In onze moderne technologische cultuur zijn wij als het ware omsingeld door technologie.

De notie van de technologische cultuur beperkt zich echter niet tot de observatie dat ons dagelijks leven is omgeven door een alomvattend net van technologische producten. Het heeft minstens zozeer te maken met vragen van vooruitgang en innovatie, bijvoorbeeld de gedachte dat alles wat technisch kan per definitie móet. Of met het denken in termen van een 'technical fix', het idee dat ieder probleem een technologische oplossing heeft. Tegelijkertijd zijn we de afgelopen decennia steeds meer onderdeel geworden van een technologische cul-

tuur, waarbij de werkelijkheid een technologisch-bepaalde werkelijkheid is geworden – of we het nu hebben over de media-gebeurtenissen en het wereldnieuws, onze 'live' aanwezigheid bij sportevenementen, of de ervaringen die we opdoen omdat we in ons normale leven, dankzij de technologie, naar verre en exotische plaatsen kunnen reizen.

Met andere woorden: technologie en cultuur zijn niet meer te scheiden. Aan het einde van de twintigste eeuw is technologie de dominante denkstijl geworden in onze cultuur. Technologie is in ons denken en handelen geïntegreerd, het is een 'natuurlijk' onderdeel geworden van ons (westerse) cultuurpatroon. Technologie is aan alle kanten met het moderne leven verbonden.⁴ Technologische ontwikkelingen en culturele ontwikkelingen lopen steeds meer in elkaar over. Dat is de realiteit van de technologische cultuur. De brede assimilatie van computers in vrijwel alle domeinen van ons persoonlijk en maatschappelijk leven is daar een ultiem voorbeeld van.

In relatie tot het maatschappelijk belang van de 'digitale revolutie', behoedt de notie van de technologische cultuur ons voor een instrumentele en naar binnen gerichte kijk op digitale media/kunsten. Ze maakt het mogelijk de culturele uitdagingen van digitale mediatechnologie in zijn bredere betekenissen neer te zetten. Vanuit het perspectief van technologische cultuur wordt het louter instrumentele beeld van technologie ter discussie gesteld. In de traditionele benadering werden wetenschappelijk-technologische veranderingen als relatief autonoom beschouwd en werd slechts gesproken over de maatschappelijke gevolgen *van* de technologie *op* de cultuur. De technieksociologie heeft de afgelopen decennia echter wel aangetoond dat technologie geen onafhankelijke variabele is.⁵ In een tijdperk waarin technologische vooruitgang een vormgevende factor van ons leven is geworden, kan technologie niet langer louter als instrument worden beschouwd – in haar economische en maatschappelijke toepassingen net zo min

als in de kunstensector. Vanuit het perspectief van de technologische cultuur richten we ons niet langer op de instrumentele toepassing van de nieuwe technieken (bijvoorbeeld in de kunsten), maar op het zoeken naar nieuwe betekenissen en ervaringen die door de technologische veranderingen mogelijk worden. Anders geformuleerd: we moeten oog hebben voor 'technologie als cultuur'.

Eén van de gevolgen van de technologische cultuur is dat traditionele scheidslijnen steeds meer vervagen. Het 'technologische' mengt zich op allerlei terreinen met het 'culturele'. We moeten vooral niet proberen die Gordiaanse knoop van onze moderne leefwereld langs conventionele lijnen te ontwarren. De technologische cultuur veronderstelt dat we de 'warrige kluwen' van het culturele en het technologische accepteren.

10 Kenmerkend voor de digitale mediacultuur is dat er nieuwe, *hybride* mengvormen ontstaan. Het reële en het virtuele lopen door elkaar, het lokale mengt zich met het mondiale, het kunstmatige is steeds moeilijker te onderscheiden van het natuurlijke. Onder meer als gevolg van de visuele mediacultuur en computers is het verschil tussen werkelijkheid en fictie soms moeilijk aan te geven. Ook andere scheidslijnen worden steeds minder relevant: tussen media en technologie, tussen entertainment en media-educatie, tussen videospelletjes en onderwijsprogramma's, tussen kunst en design, commerciële en artistieke toepassingen, etcetera. Gegeven deze ontwikkelingen, mogen we het domein van 'digitale media/kunsten' vooral niet te scherp afbakenen.

Vanuit het perspectief van de technologische cultuur komen we tot een aantal inzichten wat betreft de betekenis van mediatechnologie in relatie tot culturele en maatschappelijke ontwikkelingen:

1. de culturele implicaties reiken veel verder dan de functionele en instrumentele toepassingen van mediatechnologie in de kunstensector;
2. er is sprake van een sterke wisselwerking tussen de ontwikkeling van mediatechnologie en maatschappelijke (economische, culturele) ontwikkeling;
3. mediatechnologie is geen onafhankelijke variabele: de context waarin het zich ontwikkelt is mede bepalend voor haar maatschappelijke en culturele betekenis;
4. de digitale mediatechnologieën zijn een natuurlijk onderdeel geworden van onze persoonlijke en maatschappelijke realiteit: ze vormen ons nieuwe 'milieu';
5. mediatechnologie is een vormgevende factor geworden in vrijwel alle domeinen van samenleving en cultuur ('technologie als cultuur');
6. conventionele scheidslijnen tussen verschillende domeinen vervagen (kunst/design, media/technologie, oude/nieuwe media);
7. kenmerkend voor een technologische cultuur zijn de nieuwe dwarsverbanden tussen sectoren en praktijken, in dit geval binnen een opkomende 'nieuwe mediacultuur';
8. er ontstaan 'techno-culturele' mengvormen: nieuwe praktijken en nieuwe hybride vormen.

Het informatietijdperk: de cultuur van de netwerkmaatschappij

Om de culturele rol van digitale media te kunnen positioneren, is het van belang om binnen de optiek van de technologische cultuur de contouren aan te geven van de zogenoemde 'informatiesamenleving'. De centrale rol van digitale informatie en communicatie in de moderne samenleving is overal zichtbaar of voelbaar – in onze persoonlijke communicatie, in de wijze waarop politieke kwesties via de media worden uitgevochten,

in de manier waarop we omgaan met vrije tijd, in onze economische transacties, onze vervoerspatronen, in de financiële wereld, onze culturele expressies en nog veel meer. Er is de afgelopen decennia een nieuwe arena ontstaan, als gevolg van onder andere globalisering en nieuwe technologische ontwikkelingen rondom informatie, communicatie en de media.

Nieuwe uitdrukkingen en woorden zijn nodig om de arena van het 'informatietijdperk' te duiden. Zo wordt gesproken van de 'digitalisering van de samenleving', of de opkomst van een 'cybertijdperk', een 'kennismaatschappij', en zo meer. Welke terminologie we ook volgen, wat deze uitspraken gemeen hebben, is de overtuiging dat we een fundamentele maatschappelijke transformatie doormaken. Een overgang van 'industriële' naar een 'informatiemaatschappij', zoals het wel is getypeerd. De maatschappelijke en culturele gevolgen zijn verstrekkend.

De meest ambitieuze poging om de nieuwe arena van het informatietijdperk in kaart te brengen is het werk van de Catalaanse socioloog Manuel Castells. Zijn gedachtengoed vormt een relevant denkkader om de implicaties van informatie- en communicatiestromen in de technologische cultuur inzichtelijk te maken. In zijn toonaangevende trilogie over het informatietijdperk, *The Information Age – Economy, Society, Culture* (1996; 1997; 1998), geeft Castells aan hoe we aan het einde van de twintigste eeuw een historische transformatie doormaken, ingegeven door de 'integratie van verschillende vormen van communicatie in een interactief netwerk'. Centraal in Castells' analyse staat de opkomst van de 'netwerksamenleving'.⁶

Castells' notie van de netwerkmaatschappij benadrukt (evenals overigens de optiek van de 'technologise cultuur') vooral de samenhang en verwevenheid van technologische,

economische, sociale en culturele ontwikkelingen. De netwerkmaatschappij is niet veroorzaakt door de informatietechnologie, maar 'zonder de technologische revolutie zou zij nooit zulke allesomvattende en algemeen verbreide vormen kunnen aannemen, die – door het maken (en ongedaan maken) van verbindingen – het gehele domein van menselijke activiteiten bestrijken.'⁷ Volgens Castells hebben de nieuwe mogelijkheden van informatie- en mediatechnologie, samen met de economische globalisering een nieuwe mondiale samenleving gecreëerd, gebaseerd op netwerken en nieuwe connecties tussen mensen en organisaties.

In het digitale informatietijdperk dient de transformatie naar de netwerkmaatschappij zich op en tussen alle fronten tegelijk aan, zo toont Castells. De economie verschuift naar een kennis-economie; de samenleving, die aan sociale cohesie verliest, wordt tegelijk gekenmerkt door groeiende mobiliteit; een culturele context wordt steeds meer via de media vormgegeven en gecommuniceerd; en in het persoonlijke leven van mensen worden relaties en sociale ervaringen steeds sterker beïnvloed door mondiale ontwikkelingen in communicatie. De kracht van Castells' werk ligt onder meer in het feit dat hij de eerste is die een poging waagt zo ongeveer alle dimensies van de informatiesamenleving met elkaar te verbinden: mondialisering, economische machtsstructuren, technologische innovatie, maatschappelijke verhoudingen, individualisering, overheidspolitiek en democratisering, de ecologische kwestie, ontwikkelingsvraagstukken, en sociale en culturele fenomenen als massamedia, interactieve communicatie, ontplooiing, emancipatie en virtuele gemeenschappen.

In de huidige netwerkmaatschappij zijn de technologische en sociale netwerken volgens Castells wat fabrieken waren voor de industriële revolutie. Centraal in zijn analyse staat wat hij noemt de 'space of flows': een nieuwe, alomvattende maatschappelijke ruimte van geïntegreerde netwerken, waar alles

draait om informatie- en communicatiestromen en sociale verbanden in allerlei vormen en contexten. De gevolgen van de netwerksamenleving zijn volgens hem in allerlei fenomenen en trends zichtbaar – de economische internationalisering, een ongekennde multimedialisering, nieuwe media-ervaringen, fundamentele veranderingen in onze omgang met ruimte en tijd, sociale fragmentatie, verschuivingen in de betekenis van het lokale.

Een nieuwe culturele arena

Op het culturele vlak ontstaat er in de netwerkmaatschappij, zo stelt Castells, een meta-vorm, 'een meta-taal, die voor de eerste keer in de geschiedenis de tekstuele, orale en audiovisuele communicatievormen van intermenselijke communicatie integreert in één en hetzelfde systeem.'⁸ Castells voorziet ingrijpende culturele gevolgen door deze integratie, juist omdat communicatie en de moderne media een steeds grotere rol vervullen in de vormgeving van de cultuur zelf. Deze mondiale trend brengt Castells in eerste instantie in verband met een reeks wereldwijde ontwikkelingen die de afgelopen twee decennia hebben plaatsgevonden – van het simultaan drukken van dagbladen op verschillende plaatsen in de wereld, de explosie in videogebruik en videoclip, tot aan CD-roms, het Internet, de explosieve groei van PC-gebruik en het World Wide Web. Zijn conclusie: 'de opkomst van een nieuw elektronisch communicatiesysteem – gekenmerkt door een mondiaal bereik, de integratie van alle communicatiemiddelen en de mogelijkheden voor interactiviteit – zal onze cultuur eens en voor altijd veranderen'.⁹

In deze nieuwe arena van de netwerkmaatschappij signaleert Castells de opkomst van wat hij noemt de 'culture of real virtuality'. De culturele gevolgen van deze ontwikkelingen liggen vooral in de steeds meer door media beheerste werkelijkheid:

'Het belangrijkste kenmerk is dat de meeste vormen van culturele expressie, in al hun diversiteit, binnen het domein van de multimedia worden gebracht. Dit komt neer op het opheffen van de scheiding, van het onderscheid zelfs, tussen audiovisuele en gedrukte media, tussen popcultuur en intellectuele cultuur, tussen amusement en informatie, tussen onderwijs en opinie. Iedere culturele expressie, van het beste tot slechtste, van het meest elitaire tot het populairste, komt samen in dit digitale universum, dat in een immense historische supertekst, de manifestaties van de communicatieve geest in verleden, heden en toekomst met elkaar verbindt. Zo wordt een nieuwe symbolische omgeving gecreëerd. Het maakt virtualiteit tot onze realiteit.'¹⁰

De mediacultuur wordt in de netwerksamenleving door Castells als de dominante vorm van expressie beschouwd, een vorm die volgens hem in steeds sterkere mate andere culturele expressievormen zal integreren. Een simpel voorbeeld, zegt Castells, is de integratie van de 'rap'-cultuur in een door de informatietechnologie en -netwerken mogelijk gemaakte mondiale cultuur. 'Rap'-muziek, is in eerste instantie een uitdrukking van de ghetto's in de Amerikaanse binnensteden. Maar als een 'rap song', dankzij radiozenders en televisiestations als MTV, vervolgens binnen drie maanden een wereldhit wordt en er in Tokio en Taipei wordt meegezongen en gedanst, dan is er wat anders gaande. Wat begint als een lokaal, plaatsgebonden cultureel fenomeen, stelt Castells, 'wordt zo losgemaakt van de ervaringswereld waar het is ontstaan en verwordt tot "real virtuality", de cultuur van de rest van de wereld. De werkelijkheid is dus niet alleen virtualiteit, maar het is een realiteit die is ontstaan en bewerkt door de virtualiteit van het elektronische mediasysteem.'¹¹

Met het begrip 'real virtuality' zet Castells zich af tegen het idee dat er – dankzij de cybertechnologie – parallel aan de 'echte' werkelijkheid een 'virtuele' werkelijkheid zou bestaan.

Volgens hem is de virtualiteit van de digitale mediacultuur niet minder echt, met dien verstande dat ze verwijst naar ervaringen die ons door of via de media bereiken. 'Televisie is onze realiteit,' zegt Castells, 'niet onze verbeelding'. Bij wijze van voorbeeld verwijst hij naar de dood van Princes Diana, een gebeurtenis die voor veel mensen een persoonlijke rouwervaring betekende die ingrijpender was dan het sterven van een familielid. 'Dat is hun realiteit,' stelt Castells, 'hun werkelijkheid – terwijl deze mensen prinses Diana slechts via de pers en media kennen'.¹² Deze door media gevormde en via media ervaren werkelijkheid staat centraal in Castells' cultuur van de netwerkmaatschappij.

16 Dit maatschappijbeeld is veel breder en veel dieper dan wat veelal met de 'informatiesamenleving' wordt aangeduid. Het concept van 'informatie' wordt doorgaans te instrumenteel en te eenzijdig in haar cognitieve betekenis gehanteerd. Het gaat bij de hier geschetste culturele transformatie, zoals onder andere Lash en Urry hebben benadrukt, minstens zoveel om de symbolische betekenis van informatie en communicatie – met zijn 'morele, affectieve, esthetische en narratieve dimensies'.¹³ Het perspectief van de netwerkmaatschappij, zoals Castells dat heeft ontwikkeld, geeft aan hoe de culturele 'stromen' – van mensen, ideeën, beelden, cultuuruitingen, visuele media – verbonden zijn met andere sociale, economische, politieke, financiële en institutionele netwerk-stromen van de informatiemaatschappij.

Het is niet overdreven om hier te spreken van een nieuw paradigma, dat zich aftekent in de informatiesamenleving. Castells' stelling dat de media-realistie onze werkelijkheid volledig zal gaan beheersen, wordt waarschijnlijk niet door iedereen omarmd. Maar het geeft ons een conceptueel kader dat duidelijk maakt dat er in de moderne wereld sprake is van een maatschappelijke transitie in onze omgang met informatie en communicatie, in onze ervaringen en in onze percepties van de

wereld. Het maakt ons erop attent, dat er een nieuwe culturele arena aan het ontstaan is.

Eén van de kenmerken van deze arena is wat we de *culturele convergentie* van de media kunnen noemen. Dat wil zeggen het proces van convergentie tussen verschillende media, die steeds dieper ingrijpen op allerlei sectoren van de cultuur. Deze convergentie is in de eerste plaats mogelijk door het toenemende *digitale* karakter van media en communicatie (of in ieder geval de gedigitaliseerde informatie als dragers in de media) en de nieuwe 'interfaces' die verschillende media vormen met elkaar verbinden. In de tweede plaats ontleent deze culturele convergentie haar kracht aan het interactieve netwerk-karakter van de digitale media.

De convergentie van media maakt nieuwe, hybride, cultuurvormen mogelijk. Oude en nieuwe media kunnen allemaal worden omgezet en vermengd in het digitale domein, waardoor steeds weer nieuwe media en nieuwe inhoud worden gecreëerd. De convergentie van media heeft implicaties voor de culturele sector, niet in instrumentele zin, maar in de nieuwe vormen en ervaringen die ze mogelijk maakt en nieuwe condities die ze schept. Ze is zichtbaar in de nieuwe combinaties tussen verschillende media en culturele praktijken. Gezamenlijk maken ze een nieuw cultureel idioom mogelijk. De mediatheoreticus Lev Manovich heeft het de taal van 'cultural interfaces' genoemd – hij signaleert de prille ontwikkeling van 'een nieuwe culturele code, een die minstens zo belangrijk is als het gedrukte woord en de film'.¹⁴

Vanuit dit perspectief vormen de digitale media onderdeel van de ontwikkeling van een nieuwe culturele vorm. Of misschien, zoals Steven Johnson het (met een verwijzing naar McLuhans bekende jaren-60 uitspraak 'the medium is the message') heeft verwoord, een 'meta-vorm', die zich begeeft in 'een vreemde zone *tussen* medium en boodschap'.¹⁵ De digitale media/kunsten begeven zich precies op dit terrein, een nieuw

tussengebied, waarop oude en nieuwe media, gevestigde en experimentele expressievormen, zender en ontvanger, informatieproducent en informatiegebruiker, inhoud en vorm opnieuw worden gedefinieerd en gepositioneerd. Er ontstaan nieuwe vormen en praktijken die niet meer passen in de conventionele kaders van kunst en cultuur.

De opkomst van een culturele arena waarbinnen de digitale media/kunsten zich ontwikkelen, ligt dus minder in een rechtlijnige transformatie van oude naar nieuwe media, of van oude naar nieuwe kunstvormen, maar in de mengvormen en kruisbestuivingen tussen maatschappelijke en culturele praktijken. Zoals het belangwekkende manifest *Van Dada tot Data* (uit 1996 van het Virtueel Platform) benadrukt, laat de geschiedenis tegelijkertijd zien, 'dat de dingen meestal naast elkaar bestaan, dat de lijnen blijven doorlopen, dat zij eerder over elkaar heen liggen dan dat zij door elkaar worden vervangen.'¹⁶ Dat neemt echter niet weg dat er nieuwe constellaties en nieuwe betekenissen ontstaan die eigen zijn aan de aard van een 'technologische cultuur'.

In de netwerksamenleving tekent zich bij de culturele convergentie een tweede ontwikkeling af: een groeiende mate van *cross-over* tussen media-ontwikkelingen die zich in het verleden juist in afzonderlijke maatschappelijke sectoren afspeelden, in het bedrijfsleven, de 'oude' media, de kunst- en cultuursector, het onderwijs. De digitale media vormen de kern van nieuwe constellaties tussen verschillende sectoren rondom nieuwe vormen en praktijken. In dit opzicht spreekt de meest recente publikatie van het Virtueel Platform terecht over de opkomst van een 'nieuwe mediacultuur': een nieuwe orde rondom digitale media. (*New Media Culture in Europe*).¹⁷ Deze nieuwe mediacultuur snijdt dwars door gevestigde sectoren en institutionele contexten heen, van kunst tot industriële innovatie, van de omroep en de pers tot onderwijs, van wetenschappelijk onderzoek tot het publieke domein.

De digitale media zijn zowel oorzaak als gevolg van deze ontwikkeling. De ontwikkeling in informatietechnologie en de verschuiving naar een netwerkmaatschappij heeft nieuwe mogelijkheden gecreëerd voor digitale media. Tegelijkertijd vormen de digitale media een belangrijke factor bij het vormgeven van de veranderingen binnen die netwerksamenleving. Dit uit zich in een breed scala van praktijken rondom digitale media, hetzij in de culturele sector – muziek, film, de omroep, de schrijvende pers, uitgeverijen, design – dan wel in sectoren als onderwijs en nieuwe producten en diensten in het bedrijfsleven. Daarbij creëren digitale media niet alleen nieuwe dwarsverbanden en mengvormen tussen de verschillende sectoren, ze geven tevens nieuwe betekenissen aan de conventionele domeinen van cultuur en maatschappij.

Cultuurbeleid in de 'informatiesamenleving'

De transformaties in de technologische cultuur zullen een belangrijk gegeven moeten zijn bij de ontwikkeling van het cultuurbeleid rondom de digitale media en daarbuiten. De netwerkmaatschappij, zoals hiervoor geschetst, heeft belangrijke implicaties voor onze benadering van cultuur en daarmee van het cultuurbeleid. Er zijn verschuivende grenzen en veranderende contexten als gevolg van de digitale media. Maar tegelijkertijd moeten we ons niet laten verleiden tot een eenduidig beeld - een beeld van een niet te stoppen trend in de richting van digitalisering en technologisering van de cultuur. Beleid gaat om keuzen. En in de technologische cultuur gaat het erom om te kiezen *hoe* we die 'digitale mediacultuur' willen vormgeven. Het is dus van belang om niet gevangen te raken in een technologisch-deterministisch cultuurbeeld. Juist op dit punt is het zaak enige reflexiviteit in het beleidsdenken in te bouwen en ons af te vragen welke rol we in de cultuur aan de technologische media *willen* toekennen.

Het beeld van de digitale informatiesamenleving, met zijn steeds sterker door de media bepaalde werkelijkheid en ervaringen is vooral een perspectief. Een conceptueel perspectief, dat een relevant denkkader biedt om een aantal cultuurpolitieke vragen rond de digitale media/kunsten boven tafel te krijgen. Maar dat betekent niet dat het 'digitale universum' al is bereikt (waarschijnlijk zal het er nooit helemaal komen). De vraag is dus niet of we de analyses van de informatiesamenleving (zoals die van Castells) voor honderd procent, in al haar facetten en consequenties, onderschrijven. Ook wanneer het toekomstbeeld van de digitale netwerkmaatschappij maar ten dele wordt bewaarheid, liggen er vanuit het geschetste perspectief belangrijke maatschappelijke en culturele vragen die niet kunnen worden genegeerd.

Het proces van culturele convergentie betekent niet dat alles nu op één punt samenkomt, dat alles wat we onder cultuur zouden kunnen verstaan door de golf van de digitalisering wordt meegeleurd. De vraag is wanneer – en waar – we op de golf van de informatisering en technologisering willen meegaan en wanneer niet. We zullen de onderliggende trends van de informatiesamenleving kritisch moeten volgen en alert moeten zijn op de cultuurpolitieke implicaties waar ze zich voordoen. Zonder het aanzienlijke belang van de analyse van het concept van de netwerksamenleving te willen ondermijnen, doen we er misschien beter aan om veel van de vertogen over de informatiesamenleving enigszins als *mythen* te benaderen. De kracht van mythen – althans de mythen die overleven – is dat ze een deel van de werkelijkheid omvatten. De mythe van de informatiesamenleving is uiterst bestendig gebleken – in sociaal-wetenschappelijke analyses, politieke manifesten en het maatschappelijk debat – precies omdat ze een grote kern van waarheid in zich draagt. Maar tegelijkertijd moet de mythe van de informatiesamenleving, zoals sommigen hebben gewaarschuwd, niet doorschieten naar een stellingname in de lijn van 'vergeet de geschiedenis, want in *cyberspace* is alles nieuw en anders'.¹⁸

Het is niet te verwachten dat traditionele cultuurpolitieke vragen, bijvoorbeeld over de maatschappelijke functie van cultuur of de autonomie van de kunst er niet meer zullen zijn in een technologische cultuur. Ze zullen waarschijnlijk wel van vorm veranderen. Daarnaast zullen zich ook nieuwe vragen opdringen als gevolg van de opkomst van de digitale media-cultuur. We kunnen twisten over de diepgang van de transformaties zoals hierboven geschetst, maar de techno-culturele verschuivingen hebben zonder twijfel implicaties voor onze optiek ten aanzien van het cultuurbeleid en de rol van de kunsten daarbinnen. De opkomst van een nieuwe 'culturele arena' als gevolg van de dynamiek van de technologische cultuur en de netwerksamenleving dwingt ons ertoe om een andere notie van 'cultuur' te hanteren dan in het 'cultuurbeleid' doorgaans het geval is.

De kernvraag in het kunst- en cultuurbeleid draait om de gewenste rol van cultuur en kunst in de maatschappij. Bepalend is daarbij welke betekenis wordt gegeven aan 'cultuur' en 'maatschappij'; en vanuit welk perspectief de overheid deze vraag wenst te benaderen. De kunstpraktijk is steeds een belangrijk uitgangspunt geweest bij het kunst- en cultuurbeleid. Daarnaast spelen sociaal-politieke overwegingen bij het cultuurbeleid een duidelijke rol, zoals bijvoorbeeld onder de noemer van 'cultuurspreiding' jaren het geval was. De hier geschetste culturele transformaties, roepen cultuurpolitieke vragen op over de betekenis die we in de moderne informatiesamenleving aan dergelijke beleidsoverwegingen moeten toekennen. Daarbij ligt het tempo van culturele veranderingen rondom digitale media bovendien veel hoger dan in andere genres. Alleen al daarom is het zaak met een zekere urgentie stelling te nemen ten aanzien van de positie van deze ontwikkelingen in relatie tot de kunsten en het kunst- en cultuurbeleid.

Deze notitie is geschreven vanuit de overtuiging dat het cultuurbeleid in een technologische cultuur zich niet kan beper-

ken tot de 'kunsten'. De huidige ontwikkelingen ten aanzien van de netwerksamenleving dwingen ons tot een brede benadering van cultuurpolitiek. Zoals Paul Kuypers het scherp heeft geformuleerd: 'cultuurbeleid is altijd ook sociaal beleid.' 'Cultuur,' zo stelt hij, 'maakt deel uit van een samenleving, met een eigen sociale en economische configuratie. Een overheid, die zich bekommert om de cultuur, doet dat steeds vanuit een beeld van die samenleving en van de rol die cultuur in die samenleving kan vervullen'.¹⁹ In het tijdperk dat de dynamiek van de technologische cultuur en van de netwerksamenleving zulke vormgevende krachten zijn, ligt het voor de hand dat we het cultuurbeleid in die context plaatsen. Het is vanuit dat perspectief dat we oude en nieuwe vragen over kunst- en cultuurbeleid en digitale media tegen het licht houden.

Wegwijzers in het nieuwe landschap van de mediacultuur

De Eiffeltoren staat er sinds 1889 – gebouwd ter gelegenheid van de *Exposition Universelle*, de wereldtentoonstelling die dat jaar in Parijs werd gehouden. Het fenomeen 'wereldtentoonstelling' is een negentiende-eeuws idee, één van de eerste voorbeelden van mondiaal denken: de wereld werd bijeengebracht rondom de wonderen van nijverheid, wetenschap, kunst en vooral van de technologie. Maar de wereld heeft niet stil gestaan. Exact vijftig jaar na de Eiffeltoren, wanneer in New York weer een grote wereldtentoonstelling plaatsvindt, de 1939 *World's Fair*, dient de technologie zich in een nieuwe gedaante aan. Niet langer als symbool van technisch vernuft, maar technologie als instrument van de vooruitgang, als blauwdruk voor de toekomst.²⁰

En weer een halve eeuw later, aan het einde van de twintigste eeuw, is die toekomst in zekere zin bereikt — in de vorm van een mondiale technologische cultuur. Het tijdperk van een 'universele expositie' die de wereldcultuur moet verenigen is voorbij. Door de wereldwijde media en telecommunicatienetwerken is er als het ware een permanente 'wereldtentoonstelling', overal en iedere dag. In het informatietijdperk is een nieuw 'landschap' ontstaan, waarbij de technologie – de computer voorop – van instrument tot cultureel medium is geworden. Binnen dit landschap – dat zelf onder invloed van al die veranderingen steeds een ander reliëf krijgt – worden de contouren van een nieuwe cultuur zichtbaar. In het dynamische landschap van de technologische cultuur zoeken we naar een aantal 'wegwijzers' voor het kunst- en cultuurbeleid rondom de digitale media.

Oude en nieuwe wegwijzers

Digitale media hebben niet alleen onze wereld veranderd, maar ook onze percepties van die wereld. Een eerste vereiste van een te ontwikkelen cultuurpolitiek is dan ook om de juiste vragen te stellen en om vanuit de nieuwe constellatie de betekenis ervan in perspectief te plaatsen.

24

In de nieuwe culturele arena die rond de digitale media is ontstaan, worden we geconfronteerd met een aantal vragen van kunst- en cultuurbeleid. Sommige vragen, zoals over artistieke vrijheid, staan al op de agenda zo lang er over een kunstbeleid wordt gesproken; andere, zoals bijvoorbeeld over de vereiste infrastructuur voor de ontwikkeling van 'digitale media/kunsten', zijn het gevolg van recente ontwikkelingen. Uitgangspunt van de onderstaande observaties is dat deze vragen, de oude en de nieuwe, binnen de eerder geschetste culturele context andere betekenissen krijgen. Evenzo, in het landschap van de mediacultuur maken de onderstaande 'wegwijzers' gebruik van zowel nieuwe als oude termen. Nieuwe termen omdat de verwijzing naar een nieuw terrein om nieuwe plaatsnamen vraagt. Oude termen, omdat ons begrippenapparaat op veel punten achter loopt bij de culturele en maatschappelijke veranderingen die juist in het domein van digitale media aan de orde zijn.

De onderstaande wegwijzers zijn een poging om vanuit het eerder geschetste conceptueel perspectief een aantal centrale thema's voor een cultuurpolitiek rondom digitale media/kunsten te signaleren. Deels wijzen ze op concrete beleidsvragen die de aandacht vragen. En deels functioneren ze als prisma's – als lenzen waardoor de nieuwe issues van de digitale mediacultuur op scherp kunnen worden gezet.

Hybride vormen

Hoe in de digitale mediacultuur nieuwe mengvormen ontstaan die conventionele scheidslijnen overstijgen.

De nieuwe combinaties van media en digitale technologieën doen op allerlei fronten nieuwe vormen ontstaan: *hybride* vormen. Zo maakt de digitalisering nieuwe mengvormen mogelijk tussen de televisie en het Internet (web-TV), CD-ROMs brengen tekst, geluid, muziek en beeld tot een nieuwe synthese, videotechneken en film die in elkaar overvloeien, nieuwe producten die interactieve vormgeving en beeldende kunst combineren. Onder de noemer 'melting media' spreekt Femke Wolting (in het *Exploding Cinema* programma van het Rotterdam Filmfestival) over 'hybride vormen van kunst, media, en cultuur die ontstaan op het snijvlak van traditionele media en de digitale wereld.' Het culturele belang van hybride vormen ligt in hun 'vermogen om (digitale) informatie, in elke vorm te produceren en te distribueren (in een game, een film, een cd-rom, op Internet) en bestaande vormen van kunst, media en amusement fundamenteel te veranderen. Via één platform – Internet – krijgen we toegang tot audiovisueel nieuws, onderwijs, de overheid, een virtueel museum of een winkelcentrum. Het onderscheid tussen een televisieomroep, een website waar animators hun werk aanbieden, en een uitgever is niet groot meer als ze slechts één klik van de muis van elkaar verwijderd zijn'.²¹

25

De opkomst van hybride media leidt niet alleen tot nieuwe communicatie- en expressievormen, ze toont zich tevens in de nieuwe samenwerkingsverbanden tussen verschillende disciplines. Het proces van culturele convergentie leidt tot nieuwe dwarsverbanden tussen beeldende kunst, muziek, architectuur, industriële en grafische vormgeving, mode, televisie, radio, maar bijvoorbeeld ook computergames, software ontwikkeling, online-onderwijs, reclame, bibliotheken enzovoort.

Zo ontstaan er nieuwe praktijken, niet alleen als verbindingen tussen verschillende sectoren, maar als kruisingen die meer zijn dan de som der delen. Deze nieuwe vormen – van expressie, van communicatie, van media, van samenwerking, van interactie – overstijgen de gevestigde kaders. Ze openen nieuwe mogelijkheden en vormen de basis voor nieuwe culturele gemeenschappen. Door de mogelijkheden van interactiviteit en de vervagende grenzen tussen ‘kunstenaars’ en ‘consumenten’ (of ‘auteurs’ en ‘lezers’) manifesteren deze culturele gemeenschappen in de digitale media/kunsten zich zelf ook vaak in hybride vormen (denk bijvoorbeeld aan ontmoetingsplaatsen op het web, of het ontwikkelen van interactieve ‘Gesamtkunstwerken’).

De ontwikkeling van hybride mediavormen heeft dus van doen met vervagende grenzen en met de veranderende context. Dat heeft implicaties voor de vormgeving van het kunst- en cultuurbeleid. Ten eerste zullen conventionele scheidslijnen tussen verschillende sectoren van de kunsten en tussen culturele sectoren steeds minder geldigheid hebben. Een beleid voor digitale media/kunsten zal dan ook tevens – en tegelijkertijd – voorwaarden moeten stellen aan de relaties met andere culturele sectoren, bijvoorbeeld met film en fotografie, met de ‘oude media’, muziek en vormen van beeldende kunst. Ten tweede zal het expliciet ruimte moeten geven aan nieuwe ontwikkelingen in de zones *tussen* disciplines en sectoren. En ten derde zal het de institutionele dwarsverbanden en onorthodoxe samenwerkingen in het artistieke productieproces als nieuwe mogelijkheden moeten zien, in plaats van ze af te doen als ‘lastige’ niet te plaatsen ontwikkelingen, als zouden ze slechts in de marges spelen van de conventionele kunstpraktijken en de daarbij behorende beleidslijnen. In zijn beschouwingen over de ‘interface cultuur’ schrijft Steven Johnson: ‘hybride mengvormen zijn in de culturele sector sterker, bestendiger en innovatiever dan de zuivere vormen’.²²

Een cultuurpolitiek op het gebied van digitale media/kunsten zal beleidsinstrumenten moeten ontwikkelen die recht doen aan dit hybride karakter. Die beleidsinstrumenten zullen wellicht zelf ook ‘hybride’ vormen moeten aannemen — bijvoorbeeld een beleidsinterventie die enerzijds een gerichte impuls geeft aan een specifieke ontwikkeling, maar tegelijkertijd inspeelt op het ‘zelfregulerende karakter’ van institutionele netwerken waarbinnen die ontwikkeling zich afspeelt. De wijze waarop het Virtueel Platform de afgelopen jaren beleidsmatig is gesteund, is een goed voorbeeld van de kracht van een dergelijke benadering. Daarbij daagt de notie van ‘hybride media’ uit, om de verhouding tussen het conventionele ‘centrum’ in de kunst- en cultuursector (de ‘oude’ kunstdisciplines) en de ‘periferie’ van ontwikkelingen in de digitale media ter discussie te stellen.

Pluriformiteit

Hoe de digitale media, in de culturele sector en daarbuiten worden getekend door pluriformiteit – zowel in artistieke praktijk als in haar publieke toegankelijkheid.

Wat hier is aangeduid als ‘digitale media/kunsten’ is een kruispunt tussen verschillende kunstdisciplines en praktijken in de culturele en mediasector. Interdisciplinaire praktijken zijn ontstaan op het snijvlak van media en kunst. Meer dan waar ook in de kunst en culturele sector staat hier interdisciplinariteit centraal. We kunnen spreken van een nieuw genre: een constellatie van vormen, praktijken, vaardigheden, gemeenschappen en publieken, die steeds weer nieuwe betekenissen geven aan de productie van media en van kunst en het gebruik ervan.²³

Eén kenmerk van het ‘genre’ van digitale media/kunsten is dat het constant in beweging is, continu de grenzen van haar eigen domein ter discussie stelt. De vaardigheden die relevant

zijn, de mediavormen die ertoe behoren, de participanten aan het artistieke productieproces, de relatie tussen maker en consument, zijn voortdurend aan verandering onderhevig. Daarbij creëren de digitale media een 'multiplier effect' – als een bron voor steeds nieuwe vormexperimenten, mogelijkheden, inhouden, verbindingen en publicen. Digitale media/kunsten zijn daarbij getekend door een grote mate van pluriformiteit. Ten eerste in de verscheidenheid aan plekken waar ze (kunnen) worden ontwikkeld. En ten tweede, ten aanzien van de verschillende 'spelers' - makers zowel als consumenten - die erbij betrokken (kunnen) zijn.

Digitale media vormen het hart van wat (in Engeland) wel de 'creative industries' wordt genoemd – het werkterrein van televisie, radio en film, vormgeving, muziek, beeldende kunst, architectuur, reclame, computerspel-ontwikkelaars, maar ook van delen van de uitgeverwereld, de commerciële marketing-sector, informatiediensten, bibliotheken en software-ontwikkeling.²⁴ De kracht van de digitale media is dat er een gezamenlijke kern van vaardigheden en instrumenten is die kruisbestuivingen en verbindingen tussen deze diverse contexten bevordert. Binnen dit brede speelveld leidt de diversiteit aan potentiële 'spelers' tot een grote mate van pluriformiteit in uitingen en uitkomsten.

Deze pluriformiteit weerklinkt ook in de mate van 'toegankelijkheid' van de digitale media, zij het als maker, dan wel als gebruiker of consument. We hoeven alleen te wijzen op het groeiende aantal mensen dat hun eigen websites maakt om aan te geven dat de barrières voor artistieke productie in dit speelveld veel kleiner zijn dan in conventionele media en kunsten. Een recent Brits rapport van de Digital Media Alliance onderstreept het belang ervan voor culturele diversiteit en pluriformiteit: 'omdat de digitale media veelal buiten de grenzen van traditionele artistieke vormen liggen, is het aantrekkelijk gebleken voor diegenen die daarvan werden buitengeslo-

ten. In het bijzonder jongeren hebben een mate van vanzelfsprekendheid, affiniteit en succes in de digitale media gevonden: ze vinden er een vrije ruimte waarbinnen creativiteit kan worden verkend en dingen kunnen worden gerealiseerd zonder vooringenomen en gevestigde criteria van wat goed of slecht is. De digitale media kunnen de sociale diversiteit en een grotere toegankelijkheid van de kunsten bevorderen'.²⁵

Het pluriforme karakter van de digitale media is nauw verbonden met veranderingen in distributie. De mogelijkheden van distributie zijn hier groter dan ooit – doordat de digitale informatiedragers zoveel goedkoper en veelzijdiger zijn dan in traditionele culturele sectoren. Tegelijkertijd verschuift de betekenis van distributiekanaal, omdat het interactieve karakter van digitale media voorbij het eenrichtingsmodel van 'producer' en 'consument' gaat. Sterker nog, als we denken aan het gebruik van het Internet is de auteur of maker in feite zelf tevens distributeur van zijn of haar producten.

Wat zijn hier de implicaties voor het kunstbeleid? Om de pluriforme kwaliteiten van digitale media te kunnen ondersteunen zal het kunst- en cultuurbeleid oog moeten hebben voor het scheppen van concrete mogelijkheden voor de pluriforme productie en consumptie. In de eerste plaats betekent dit het ondersteunen van die plekken waar de creatieve ontwikkeling van digitale media zich afspeelt en nog kan gaan afspelen. Waar we het dan over hebben is verre van duidelijk, want juist in het domein van digitale media/kunsten kan de betekenis van 'de kunstenaar' en het 'kunstwerk' niet scherp worden afgebakend. Er is steeds vaker sprake van een collectief in plaats van individueel kunstenaarschap.

Gegeven het brede bereik van digitale media zal de overheid ook buiten de traditionele kunstinstellingen een rol moeten spelen om de pluriformiteit aan uitingen en producten te stimuleren. Een goed voorbeeld van de nieuwe vormen en loca-

ties voor digitale media-ontwikkeling is het Europese I³-programma (Intelligent Information Interfaces) dat zich begeeft op het snijvlak van interactieve mediatechnologie, vormgeving en maatschappelijke dienstverlening. In het Presence-project (onder leiding van het Vormgevingsinstituut), creëren ouderen via digitale media een soort geheugenbank van hun vertrouwde leefomgeving (stad) ten behoeve van nieuwe bewoners – verhuizers uit andere steden, immigranten, kinderen etc. Zij worden op die manier publicist en uitgever, maar ook vormgever van de lokale cultuur. Een andere voorbeeld is de manier waarop De Waag/Maatschappij voor Oude en Nieuwe Media met interdisciplinaire teams (van kunstenaars, vormgevers, software specialisten) de experimenten met digitale media in het onderwijs letterlijk binnen Amsterdamse scholen brengt.²⁶

30

Bij de ontwikkeling van het kunst- en cultuurbeleid geldt ook hier dat gezocht moet worden naar benaderingen en instrumenten die het pluriforme karakter van digitale media niet ontkennen, maar juist ondersteunen. Deze uitdaging voor het beleid kan worden opgepakt zowel vanuit het oogpunt van pluriforme gebruikersgroepen en ‘publieken’ (jongeren bijvoorbeeld), als vanuit de verschillende locaties en instellingen waar de artistieke productie van digitale media plaatsvindt of zou kunnen plaatsvinden. In beide gevallen is duidelijk dat het werkterrein van de digitale media/kunsten niet te smal mag worden gedefinieerd en dat bovendien het kunstbeleid zich onvermijdelijk begeeft op het terrein van cultuurbeleid.

Pluriformiteit is een waardig beleidsdoel dat goed lijkt samen te gaan met het pluriforme karakter van de digitale media. Een doel echter dat alleen betekenis heeft als het niet vanuit een eenduidig beeld van kunst en met eenduidige criteria voor artistieke kwaliteit wordt vormgegeven. En daarmee is één van de centrale issues in het kunst- en cultuurbeleid rondom

de digitale media aangegeven. Enerzijds lijkt het pluriforme karakter van ontwikkelingen een argument om vooral de deskundigen uit ‘het culturele veld’ zelf - de experts van de kunstensector - kwaliteitscriteria te laten bepalen. (Dit principe van ‘pluriform kwaliteitsbesef’ is waar ook de Raad voor Cultuur in haar meest recente advies voor pleit).²⁷ Maar tegelijkertijd komt als gevolg van diezelfde pluriforme dynamiek het idee van deskundigheid ter discussie te staan. In een genre waar steeds meer mensen toegang krijgen tot het artistieke productieproces en de grenzen van haar bereik continu in beweging zijn, zal het steeds problematischer worden om vanuit ‘het veld’ tot werkbare kwaliteitsoordelen te komen. Temeer omdat het interactieve karakter van de ‘kunstwerken’ hun inhoud en betekenis verandert. Het nastreven van pluriformiteit lijkt het probleem van kwaliteitsbepaling alleen maar te vergroten. Of een verschuiving van een aanbodgerichte naar een marktgerichte benadering in het kunstbeleid daarbij oplossingen biedt, valt te betwijfelen, al was het maar omdat in het huidige stadium van ontwikkeling er van een ‘markt’ voor mediakunst maar in zeer beperkte mate sprake is.

31

Culturele innovatie

[Hoe digitale media/kunsten een innovatieve rol kunnen spelen in de culturele sector en binnen het cultuurbeleid.](#)

In een technologische cultuur nemen de digitale media een bijzondere positie in: het is het genre *par excellence* dat op het snijvlak van kunst en technologie opereert. Waar andere sectoren in de kunst en cultuur technologische innovatie veelal instrumenteel benaderen, ligt de vernieuwing bij digitale media/kunsten juist in het samenbrengen van artistieke en technologische kwaliteiten. In een groot deel van de culturele sector heerst een strikte hiërarchie tussen het artistieke proces en het ontwikkelen van technologische mogelijkheden, terwijl er bij de digitale media sprake is van een noodzakelijke sym-

biose . Dat heeft zowel gevolgen voor de inbedding van digitale media/kunsten in bredere culturele praktijken en veranderingen, als voor de invloed van digitale media op die praktijken en veranderingen. De kracht van de digitale media is dat ze vanuit die centrale positie als aanjager kunnen fungeren van culturele en artistieke vernieuwingen die veel verder reiken dan het eigen domein. Met andere woorden: digitale media/kunsten fungeren als bron voor culturele innovatie.

De rol van digitale media in het bredere veld van culturele sectoren en kunstpraktijken ligt zeker niet alleen in het bevorderen van nieuwe technologieën. Ze dagen uit tot een andere manier van werken en een andere manier van kijken. Ze bieden nieuwe mogelijkheden van expressie en (interactieve) communicatie die van invloed kunnen zijn op zowel vorm als inhoud van veel culturele en kunst disciplines. De innovaties in digitale media hebben hun weerklank gevonden in nieuwe benaderingen van het artistiek productieproces en nieuwe vormen – bijvoorbeeld bij digitale video of elektronische muziek. Daarnaast – denk aan beeldmanipulatie in de fotografie of toepassingen van ‘virtual reality’ – hebben de digitale media in de kunsten (en daarbuiten) de relatie tussen de werkelijkheid en haar (re)presentatie ter discussie gesteld. Of het nu gaat om nieuwe praktijken in de kunsten of het verschuiven van onze percepties, digitale media/kunsten kunnen juist ook buiten hun directe werkgebied een belangrijke innovatieve rol spelen.

De door mij gehanteerde notie van ‘*culturele* innovatie’ (en dat heeft alles te maken met de context van de technologische cultuur) benadrukt dat het hier gaat om vernieuwingen die zich niet beperken tot veranderingen binnen een kunstensector, maar evenmin om het proces van technologische innovatie als zodanig (al is bekend uit sociaal-wetenschappelijk onderzoek dat het bij technologische vernieuwing altijd tegelijkertijd om sociale en culturele factoren gaat). Ondanks het

feit dat vanuit de kunst- en culturele sector veel nadruk wordt gelegd op het belang van een hoogwaardige technische infrastructuur voor digitale media, zijn het de verbanden tussen technologische innovatie en artistieke of culturele vernieuwing die het hart vormen van de ‘digitale mediacultuur’. Juist door digitale media/kunsten nadrukkelijk te positioneren in het bredere culturele en maatschappelijke veld wordt zichtbaar dat de uitstraling naar culturele vernieuwingen buiten de kunstensector minstens zo belangrijk kan zijn als erbinen.

In het nieuwe landschap van de digitale media zijn de verbindinglijnen veel korter dan bij traditionele kunstsectoren het geval was. Dat is van belang voor de ontwikkeling van een kunst- en cultuurbeleid op dit terrein. Zoals Steven Johnson signaleert: ‘Er is geen cultuur in de geschiedenis die zo vlot haar avant-garde bewegingen heeft omarmd – kijk maar naar de relatie die Disney heeft met vooruitstrevende architectuur, of het toeëigenen van de ‘underground’ video-montagetechnieken door MTV’. Volgens hem geeft die trend een plausibel ontwikkelingsmodel voor de toekomst aan: ‘de subcultuur [van digitale media] produceert de innovatie, en de dominante cultuur eigent zich de vorm toe die ze denkt voor een massapubliek op de markt te kunnen brengen.²⁸ Hier is het grensoverschrijdende karakter van digitale media duidelijk zichtbaar. Het benadrukt dat het bevorderen van cross-overs een belangrijk uitgangspunt zou moeten zijn bij het kunst- en cultuurbeleid.

Dit beeld onderstreept dat de digitale media/kunsten - marginaal als ze door sommigen ook worden gezien - een initierende rol kunnen spelen in breder cultureel verband. Zoals John Thackara (directeur van het Vormgevingsinstituut) het stelt: ‘Kunstenaars zijn vaak de vooruitgeschoven gebruikers van nieuwe technologieën; hun ervaringen blijken vaak van grote waarde voor ontwikkelaars van hardware en software. En daarbij is interdisciplinariteit, dat zowel in het bedrijfsleven

als in het onderwijs als doel wordt nagestreefd, al bereikt in een gemeenschap [van digitale media] die vanuit haar normale dagelijkse praktijk kunst en wetenschap met elkaar verbindt'.²⁹ Daarmee is opnieuw aangegeven dat de digitale media vanuit de optiek van 'culturele innovatie' een spilfunctie kunnen vervullen binnen het kunst- en cultuurbeleid. Uitgangspunt is daarbij wel dat technologische innovaties ten dienste moeten staan van artistieke en culturele vernieuwingen en niet andersom.

Speelruimte

Hoe in de huidige fase van ontwikkeling de digitale media / kunsten nieuwe ruimte nodig hebben voor artistieke experimenten en cultureel onderzoek

34

Het prille stadium van ontwikkeling waarin het nieuwe 'genre' van digitale media zich momenteel bevindt, betekent dat we geen scherp geformuleerd antwoord kunnen verwachten op de vraag welke waarde het voor kunst en cultuur heeft. Maar juist om de mogelijke betekenissen van dit genre te kunnen verkennen, zal er eerst ruimte moeten worden gemaakt voor de nieuwe ontwikkelingen. Nieuwe culturele trends zijn altijd deels gebaseerd op een vooringenomen overtuiging wat betreft het belang ervan. Het is onvermijdelijk dat we hier tot op bepaalde hoogte van doen hebben met wat de Engelsen zo mooi een 'self-fulfilling prophecy' noemen. Dat neemt niet weg dat digitale media op allerlei terreinen tot grote vernieuwingen kunnen leiden. Bovendien, zoals de antropologen ons kunnen vertellen: zonder profetieën, geen culturele verandering.

Er is meer aan de hand dan de beloftes van de nieuwe media-cultuur, zoals die momenteel door de makers van de opkomende 'cybercultuur' worden gepropageerd. Er zijn substantiële ontwikkelingen gaande in en rondom de digitale media,

die de praktijk en de ervaring van kunst en cultuur fundamenteel kunnen veranderen. Hoewel we nog midden in de fase van onderzoek & ontwikkeling zitten, is duidelijk geworden dat er op allerlei fronten wordt gezocht naar een nieuw idioom, nieuwe (beeld)talen, nieuwe vormen die eigen zijn aan de digitale media. Tegelijkertijd worden nieuwe contexten gecreëerd, nieuwe publieken verkend, nieuwe praktijken uitgetest.

In dit proces worden, naast artistieke productie, belangrijke vragen gesteld, bijvoorbeeld over de relatie tussen inhoud en vorm en onze verhouding met het beeld in een technologische cultuur. Of over de veranderingen in kunstbeleving als gevolg van interactiviteit. Er wordt geëxperimenteerd met nieuwe betekenissen; artistieke onderzoeken die in dit stadium vaak een open einde móeten hebben. Terecht is vanuit de culturele sector gewezen op het belang van laboratoria waar deze en soortgelijke vragen rondom digitale media/kunsten onderzocht kunnen worden. De media-theoreticus Andreas Broeckmann heeft het woord 'speelruimte' naar voren geschoven als adagium voor het faciliteren van dergelijke plekken vanuit het kunst- en cultuurbeleid.³⁰

35

Bij de uitwerking richting beleid, betekent dit in de eerste plaats ruimte maken voor laboratoria – 'speelplaatsen', waar daadwerkelijk kan worden 'gespeeld'. Daarbij moet vooral niet in enge termen worden gedacht aan het spelen met de nieuwste technologische middelen als doel op zich, maar het experimenteren met nieuwe mogelijkheden in het 'techno-cultureel' proces (zoals Broeckmann het terecht noemt). Een dergelijke laboratoriumfunctie gaat dus minstens zoveel om het verkennen van nieuwe expressievormen, praktijken en samenwerkingen als om het produceren van voorbeelden van 'experimentele mediakunst' (als we die noemer al kunnen hanteren).

Op een dieper niveau betekent een dergelijk perspectief op een stimuleringsbeleid tevens een erkenning van een mate van autonomie. Dat betreft de ontwikkeling van digitale media/kunsten alsook de dwarsverbindingen die vanuit de praktijk met andere sectoren en gemeenschappen worden ontwikkeld. Autonomie van de kunstpraktijk is binnen het kunst- en cultuurbeleid altijd al een belangrijk issue geweest. In het domein van digitale media/kunsten ligt het nog gevoeliger, omdat de grenzen van dit nieuwe genre – de vraag hoe breed of smal die moeten worden getrokken – niet van te voren en van bovenaf kunnen worden opgelegd.

De notie van speelruimtes is ook daarom relevant omdat het bij de digitale media/kunsten momenteel deels gaat om een vorm van 'zelfonderzoek' – het verkennen van mogelijkheden en grenzen die de identiteit (en daarmee potentieel het bestaansrecht) van dit genre zelf ter discussie stelt. Dit past overigens geheel bij de tijdgeest van een netwerksamenleving, waar (zoals bijvoorbeeld de sociologen Lash en Urry hebben aangegeven) 'esthetische reflexiviteit' onderdeel vormt van de (post-)moderne cultuur, met name waar het gaat om de nieuwe informatie- en communicatiestructuren.³¹ De laboratoria van digitale media/kunst zullen dan ook researchplekken moeten zijn waar niet alleen wordt geëxperimenteerd met nieuwe mediavormen maar tevens de rol en positie van digitale mediatechnologie en mediakunsten in de hedendaagse cultuur kritisch wordt onderzocht.

Voor het kunst- en cultuurbeleid leidt het idee van speelruimte tot een tweeledige benadering. Ten eerste, zullen initiatieven moeten worden ondersteund waar concrete onderzoeks- & ontwikkelingsprojecten rondom digitale media kunnen worden uitgevoerd. Vandaar de roep om een mate van autonomie. Ten tweede, gaat het om de positionering van digitale media binnen de bredere mediacultuur en de kunsten. Vanuit dit oogpunt zullen de speelplaatsen relatief open en niet naar binnen gericht moeten opereren.

Voorbeelden van hoe een dergelijke speelruimte voor nieuwe ontwikkelingen en experiment in de praktijk kan worden benut, zijn instellingen als de V2_Organisatie en De Waag/Maatschappij voor Oude en Nieuwe Media. Ze hebben laten zien dat het bij artistieke en culturele ontwikkelingen rondom mediatechnologie zowel moet gaan over de nieuwe mogelijkheden en toepassingen, als over de rol van media in de technologische cultuur. Een aantal programma's van cultuur-politiek centrum De Balie (zoals over de beeldcultuur, media-educatie en sociaal-politieke dimensies van het internet) vormen een verder voorbeeld (dat bovendien illustreert dat het cultureel-maatschappelijk debat niet noodzakelijk slechts vanuit de kunst- en technologiepraktijk zelf hoeft plaats te vinden).

De kern van het cultuurbeleid ten aanzien van dergelijke speelplaatsen zal moeten liggen bij enerzijds het techno-culturele proces en nieuwe ontwikkelingen zelf, en anderzijds bij de openingen naar dwarsverbindingen, cross-overs en dialogen. Dat laatste geldt zowel binnen de kunst- en culturele sector (bijvoorbeeld beeldende kunst, fotografie, film), als daarbuiten, in hun relatie met bredere sociale en culturele ontwikkelingen (zoals onderwijs of lokale media). De nieuwe speelruimtes vragen daarbij wederom om het organiseren van interdisciplinariteit, zowel op het niveau van de instellingen als van het kunst- en cultuurbeleid.

Publieke arena

Hoe de digitale media/kunsten nieuwe 'podia' en nieuwe publieksvormen vereisen.

Het publiek is een omstreden begrip in de digitale mediacultuur. Als we sommige commentaren van 'cyberspace' en kunst mogen geloven, hebben Internet en interactiviteit het publiek overbodig gemaakt, want iedereen staat als het ware op het podium. Op het Internet is het publiek overal en nergens. Overal, omdat de productie of consumptie niet meer plaatsgebonden is, dat wil zeggen op iedere willekeurige locatie kan plaatsvinden (en simultaan bovendien). En nergens, omdat de scheidslijnen tussen auteurs en lezers, zenders en ontvangers, makers en gebruikers zover zijn vervaagd dat het idee van een publiek zijn betekenis heeft verloren. Om in die context nog te vragen naar een publiek – zo wordt gesuggereerd – lijkt weinig relevant.

38

Hoe we in het nieuwe domein van digitale media/kunsten de 'publieke arena' moeten benaderen is nog niet duidelijk. Vanuit de optiek van het kunst- en cultuurbeleid kan de publieke dimensie van digitale media/kunsten echter niet worden genegeerd. Zolang er binnen de kunst- en culturele sector producten en ervaringen worden geproduceerd, is de vraag gerechtvaardigd voor wie die nieuwe producten en ervaringen dan wel zijn. Deels is het antwoord dat de culturele circuits rondom de digitale media zelf het belangrijkste publiek vormen. Alles zou dan plaats vinden binnen de nieuwe culturele netwerken van cross-overs en uitwisselingen van het eerder geschetste pluriforme medialandschap. De vraag is in hoeverre de publieke zichtbaarheid en de publieke toegankelijkheid van digitale media/kunsten daarmee voldoende is gediend.

Een kunst- en cultuurbeleid zal de publieke arena's rondom digitale media beter moeten aangeven. Hoe 'vloeibaar' het

begrip publiek in een tijdperk van vervagende grenzen en veranderende contexten ook mag zijn, veel van de culturele en artistieke ontwikkelingen rond digitale media vragen om een vorm van publieke zichtbaarheid. Zeker als ze met publieke middelen worden ondersteund. Zo geformuleerd doet een kunst- en cultuurbeleid voor digitale media er goed aan om een stimuleringsbeleid te koppelen aan een expliciete publieksfunctie, in welke vorm dan ook. Bij iedere initiatief of instelling zou op zijn minst in overweging genomen kunnen worden via welk publiek platform, welke publieke media, of publieke vormen van communicatie de ontwikkelingen worden gepresenteerd en aan wie dat gebeurt. Gegeven het hybride karakter van de digitale mediaontwikkelingen zal dit geen gemakkelijke opgave zijn.

Met als doel een zekere mate van publieksbereik – al dan niet voor bepaalde doelgroepen – is het van belang om de ontwikkeling van 'podia' en publieksvormen voor digitale media/kunsten te bevorderen. Dat zouden nieuwe (meng)vormen als web-TV kunnen zijn, maar even zo goed bestaande vormen of media, zoals tentoonstellingen of 'live' installaties. De publieksvormen kunnen uiteraard (ten dele) binnen bestaande podia en praktijken worden gevonden (musea, festivals, en dergelijke). Het is echter de vraag of de verdere ontwikkeling van een nieuw 'genre' van culturele activiteiten rond digitale media/kunsten daarnaast niet nieuwe, geëigende publieke arena's vereist. Het zou een goede zaak zijn wanneer bij de onderzoek & ontwikkelingsactiviteiten op dit terrein meer expliciete aandacht werd gegeven aan het verkennen van en experimenteren met nieuwe en vernieuwende publieksvormen en plekken, binnen en tussen verschillende kunst- en culturele sectoren.

39

Het begrip publieke arena kan tevens de ingang vormen voor een beleidsrelevante discussie over de publieke toegankelijkheid van digitale media in de kunst- en culturele sector en

daarbuiten. Bij het debat over de culturele betekenis van het mondiale media-netwerk wordt gesproken van het 'publiek domein', waarmee een 'publieke ruimte in een digitale media-omgeving' wordt bedoeld.³² Het is een belangrijke cultuurpolitieke vraag wie daar toegang toe krijgt en onder welke condities dat gebeurt. Het is vanuit dit perspectief dat – ook in internationaal verband – terecht wordt gewezen op de verantwoordelijkheid van de overheid bij het versterken van de positie van de burger bij zijn sociale en culturele ontwikkeling in het publieke domein van de nieuwe mediacultuur.³³

Ook op het specifieke niveau van initiatieven voor digitale media/kunsten zijn vragen over toegang en participatie aan de orde. Er wordt wel gesproken over 'participerende media', vanwege van het interactieve karakter ervan. Het potentieel voor participatie heeft onder meer te maken met het samenvallen van de rollen van producent, consument en distributeur; en met de relatief gemakkelijke toegang die een groeiend aantal mensen heeft tot multimedia-computers en tot het Internet. Vanuit beleidsoogpunt is het belangrijk te verkennen of bepaalde (publieks)groepen speciale aandacht vereisen op het punt van toegankelijkheid en participatie. We kunnen ons afvragen - als er inderdaad sprake is van een 'oud' en 'nieuw' cultureel paradigma - of er een nieuw soort generatiekloof is ontstaan, met geheel verschillende percepties van de betekenis en het belang van de digitale ontwikkelingen en de nieuwe techno-cultuur.

Het idee van een publieke arena rond de digitale media kan ook op een andere wijze worden opgevat, die van het collectieve, zowel in de zin van gezamenlijke ervaringen als een publieke gemeenschap. Zo vormt het een ingang voor een debat over de cultuursociologische rol van digitale media in de netwerksamenleving (à la Castells). In de discussie over cyberspace wordt vaak verwezen naar de opkomst van een nieuwe 'virtuele gemeenschap'. De ervaring van gemeen-

schap is altijd verbonden geweest met de taal van plaats, van locatie, van fysieke ruimte, dus wellicht moeten we voorzichtig zijn om bij interactieve communicatie, in het bijzonder via het Internet, van een nieuwe gemeenschap te spreken. Maar dat is misschien wel een te conservatieve stellingname. We kunnen niet uitsluiten dat de nieuwe 'meta-taal' van de digitale media en de nieuwe culturele arena die eerder is geschetst, de context vormt voor nieuwe sociale en collectieve ervaringen die we met recht publieke ervaringen kunnen noemen.

Dat er nieuwe ervaringen worden gecreëerd die onze werkelijkheid daadwerkelijk (mede)bepalen mag duidelijk zijn. Een cultuurbeleid zal met name op dit punt stelling moeten nemen ten aanzien van de culturele werkelijkheden die worden gecreëerd door deze ontwikkelingen. Het onderstreept opnieuw dat het genre van digitale media/kunsten, niet los gezien kan worden van vragen over de visuele beeldcultuur, de rol van massamedia, de relatie tussen culturele media en entertainment, enzovoorts. Dergelijke vragen positioneren de digitale media terecht middenin het bredere (beleids)debat over de gewenste vormgeving van de cultuur in de netwerksamenleving. Wat daarbinnen de betekenis moet zijn van het publiek en het publieke, zal, als het dan niet eenduidig kan worden aangegeven, als onderdeel van een reflexief cultuurbeleid minstens moeten worden bediscussieerd.

Strategische allianties

Hoe de kansen en mogelijkheden van digitale media in de culturele sector uitnodigen tot nieuwe dwarsverbanden en samenwerkingen, binnen de culturele praktijken en het cultuurbeleid.

De rode draad in de voorafgaande observaties is dat het kunstbeleid rond de digitale media expliciet binnen een rele-

vant cultuurbeleid moet worden gepositioneerd. En het cultuurbeleid moet op zijn beurt ontwikkeld zijn vanuit een cultuurconcept dat strookt met de nieuwe arena van de technologische cultuur. Binnen dat perspectief moeten de kansen en mogelijkheden van de digitale media in de kunst- en culturele sector vooral worden gezocht in de cross-overs naar andere sectoren en ontwikkelingen. Een centrale lijn in een kunst- en cultuurbeleid voor digitale media is dan ook dat die cross-overs actief worden gestimuleerd.

42 De bestaande dwarsverbanden en samenwerkingen tussen verschillende disciplines, werkterreinen en organisaties in de nieuwe mediacultuur moeten als positieve uitgangspunten worden beschouwd. In plaats van te proberen de ontwikkelingen in de kunstensector los te maken van aangrenzende sectoren, zullen de verbindingen juist moeten worden versterkt. De grenszones die vanuit een conventioneel sectoraal perspectief als perifeer werden gezien, moeten we in de nieuwe mediacultuur steeds meer als het nieuwe centrum gaan beschouwen.

Het kunst- en cultuurbeleid voor digitale media moet vanuit de netwerk-structuur van de samenleving worden vormgegeven. Veel van de connecties tussen verschillende spelers in de nieuwe culturele arena vormen al onderdeel van reeds bestaande netwerken (dat is exact de empirische basis voor Castells' observaties over de netwerksamenleving). Er liggen verbindingen en werkrelaties, bijvoorbeeld tussen instellingen van digitale media en de elektronische dienstensector, of wel tussen 'e-culture' en 'e-commerce', zoals het wel wordt genoemd; tussen oude en nieuwe media; tussen kunstenaars en vormgevers, tussen technologische researchafdelingen en kunstacademies.

Binnen dergelijke netwerken zijn er knooppunten – centrale verbindingen, waar bepaalde ontwikkelingen samenkomen

en verder door het netwerk worden gestuurd. Deze knopen in het netwerk zouden de centrale aandachtspunten moeten zijn in het cultuurbeleid voor digitale media. Het zijn de centrale punten waar gezocht moet worden naar de strategische partners in de culturele ontwikkeling van digitale media. Het beleid zal gevestigde kaders van disciplines en culturele sectoren moeten overstijgen en zich moeten richten op het ontwikkelen van strategische allianties. De overheid zou vanuit het kunst- en cultuurbeleid de rol van 'facilitator' op zich moeten nemen.

43 De strategische allianties die vanuit de praktijk en instellingen van digitale media/kunsten dienen te worden ontwikkeld liggen zowel binnen de kunsten- en culturele sector als daarbuiten. Binnen de kunstensector kunnen samenwerkingen en nieuwe constellaties verder worden ontwikkeld met genres en media als film, video, fotografie, muziek. Andere allianties kunnen worden ontwikkeld met televisie of radio, de animatie, o.a. in de reclame sector en dergelijke. Alex Adriaansens, directeur van V2_Organisatie, heeft er terecht op gewezen dat het ook gaat om de 'invloedsferen' van de digitale media en dat het vooral gaat om het cross-over gebied tussen de digitale media en andere terreinen. In een notitie naar aanleiding van een mogelijk 'centrum voor beeldcultuur' geeft hij aan dat het niet uitsluitend moet gaan over beelden, maar hoe 'het beelden verbindt met beleving, communicatie, participatie en bewerken van omgevingen'.³⁴

Een soortgelijk pleidooi voor engagement spreekt uit de visie van Marleen Stikker (directeur van de Maatschappij van Oude en Nieuwe Media) wanneer ze pleit voor cultureel onderzoek en voor het actief verkennen en creëren van nieuwe betekenissen, 'verhalen' en ervaringen.³⁵ Vanuit dat perspectief is het ook essentieel dat er strategische allianties worden gevormd waarlangs die nieuwe ontwikkelingen kunnen worden gerealiseerd.

Het onderwijs is in dit verband een belangrijk domein. De 'Amsterdam Agenda' (van het Virtueel, Platform 1997) legt de verbinding tussen mediacultuur en onderwijs vooral op twee knooppunten: 'mensen leren om met kennis van zaken en kritisch met nieuwe mediatechnologieën om te gaan; en de ontwikkeling van methodieken om formeel en informeel onderwijs te verbeteren met behulp van multimedia en digitale technologieën'. Vanuit de observatie dat 'veel kunstenaars en makers werkzaam op het terrein van de digitale media een grote mate van deskundigheid en vaardigheden combineren met een begrip voor de mogelijkheden en gevaren van de nieuwe media', is een strategische alliantie tussen de digitale media/kunsten en de onderwijssector een voor de hand liggende beleidsaanbeveling.³⁶ Ook evenementen als de recente *Doors of Perception*-conferentie over nieuwe media, cultuur en vormgeving, die in het teken stond van 'spelen' en 'leren' ('Play', november 1998), hebben aangetoond dat hier een belangrijk en veelal nog braakliggend terrein kan worden betreden.

44

Zo moeten ook de mogelijkheden worden verkend van strategische allianties met delen van het bedrijfsleven of het technologisch onderzoek. Binnen researchprogramma's of bijvoorbeeld designprojecten kunnen nieuwe samenwerkingen tussen de culturele en industrieel/technologische ontwikkelingen worden bevorderd. Bij verschillende culturele instellingen die betrokken zijn bij digitale media is dit al het geval (het 'Connectiviteit'-programma van het Vormgevingsinstituut is daar een voorbeeld van), maar het zou meer structureel kunnen worden gestimuleerd. Het belang van nieuwe constellaties tussen enerzijds de culturele ontwikkeling van digitale media en anderzijds ontwikkelingen in onderwijs, bedrijfsleven en economie onderstreept opnieuw – en heel concreet – dat in de nieuwe culturele arena van de netwerkmaatschappij het cultuurbeleid zich op een aantal punten zal moeten verbinden met (aspecten van) economisch-, sociaal- en onderwijsbeleid.

Maatschappelijke innovatie

Hoe de digitale media/kunsten en de daarmee verbonden culturele ontwikkelingen als katalysator kunnen dienen voor maatschappelijke vernieuwingen in sectoren als onderwijs en economie.

In het verlengde van de bepleite strategische allianties rond de digitale media/kunsten, biedt de nieuwe culturele arena openingen voor maatschappelijke vernieuwingen. Vanuit de culturele ontwikkeling van digitale media kunnen veranderingen worden geïnitieerd op maatschappelijke terreinen als onderwijs en de industriële -en diensteneconomie. Juist in een technologische cultuur – waar technologische veranderingen zo bepalend zijn voor ons doen en laten – hebben de netwerken rondom digitale media/kunsten een potentiële rol te spelen in wat ik 'maatschappelijke innovatie' zou willen noemen.

Het eerder genoemde Britse rapport van de Digital Media Alliance signaleert hoe de 'creative industries' een steeds belangrijker rol spelen in de 'digitale economie'.³⁷ Ook in de Nederlandse context van digitale media wordt de cultuursector een centrale rol toegeschreven als 'drijfveer achter innovatie'.³⁸ Hierbij moet de betekenis van innovatie veel wijder worden getrokken dan traditioneel het geval is. Het idee van maatschappelijke innovatie benadrukt dat de techno-culturele ontwikkelingen zoals hierboven geschetst, gepositioneerd moeten worden in een sociaal-cultureel beleidsperspectief dat uiteindelijk gaat over de toekomstige vormgeving van de samenleving. De maatschappelijke discussies over onderwerpen als 'ont-haasting', nieuwe 'virtuele' gemeenschappen en de dominantie van de visuele cultuur, herinneren ons eraan dat ontwikkelingen in mediatechnologie gevolgen hebben voor het gedrag van mensen, hoe ze de wereld ervaren en percipiëren, voor hun onderlinge communicatie, voor hun opvattingen, normen en waarden. De implicaties van de technologische cultuur beperken zich daarbij zeker niet tot de culturele sector.

45

Door de ontwikkelingen rond digitale media en kunst te verbinden met vragen over een maatschappelijke notie van innovatie, wordt expliciet gemaakt dat het hier gaat om cultuurpolitieke kwesties. De nieuwe context van de technologische cultuur en de netwerkmaatschappij vereisen uiteindelijk politiek-maatschappelijke afwegingen. Dat de overheidsbenadering ten aanzien van het cultuurbeleid om herziening vraagt, is al eerder gesignaleerd. Een WRR-rapport over de bestuurlijke gevolgen van informatie- en communicatietechnologie concludeert dat ‘de verschuivingen in het culturele landschap’ vragen om ‘herwaardering’.³⁹ Het beleidsmanifest *Van Dada tot Data* stelt het duidelijker, wanneer ze vraagt om ‘vanuit een brede cultuurpolitieke opvatting’ te komen tot een ‘expliciet cultuurpolitiek gezichtspunt’ met een inhoudelijke visie op de nieuwe media.⁴⁰

46 Om het nog eens in mijn termen samen te vatten, zal het kunst- en cultuurbeleid rondom de digitale media vormgegeven moeten worden vanuit een cultuurpolitieke positie ten aanzien van de gewenste richting van de techno-culturele ontwikkelingen. Eerder is in deze notitie het belang van culturele innovatie rondom de digitale media benadrukt. Bij maatschappelijke innovatie gaat het vervolgens om de maatschappelijke verankering van die culturele ontwikkelingen en hun maatschappelijke consequenties. Implicatie voor het beleid is dat een dergelijke benadering van cultuurbeleid zich niet afzijdig mag of kan houden van de cultuurpolitieke dimensies van ontwikkelingen in het onderwijs, het bedrijfsleven, de ruimtelijke ordening en dergelijke. Die conclusie is binnen het perspectief van een technologische cultuur weinig verrassend: op al die terreinen spelen belangrijke maatschappelijke beleidsvragen over de rol van technologische ontwikkeling.

Er liggen belangrijke cultuurpolitieke vragen bij maatschappelijk-politieke kwesties als sociaal-cultureel beleid, ruimtelijke ordening, mobiliteit, industriële innovatie of onderwijs. De

afgelopen jaren is steeds duidelijker geworden dat veel van die vragen van doen hebben met de rol van technologische ontwikkeling, met de dilemma’s van de technologische cultuur.⁴¹ Opmerkelijk is echter dat noch in het maatschappelijk debat over de cultuur, en wellicht nog minder in het overheidsdenken vanuit het cultuurbeleid, werkelijk inhoudelijke verbanden worden gelegd tussen de culturele ontwikkelingen en deze maatschappelijke kwesties. En dat is in een technologische cultuur precies wat het conceptuele uitgangspunt zou moeten zijn van een cultuurpolitiek.

Een dergelijke benadering van cultuurpolitiek zou bijvoorbeeld in de relatie tussen het cultuurbeleid en het onderwijsbeleid kunnen worden ontwikkeld. Onderwijs is een belangrijk terrein waar digitale media vanuit de kunst- en culturele sector een bijdrage aan vernieuwing kunnen leveren. De huidige initiatieven ten aanzien van de toepassing van mediatechnologie in het onderwijs zijn echter nog te veel instrumenteel van aard. Technologie wordt hier vooral als middel gezien – ‘hoe meer computers op school hoe beter’ – zonder dat er structurele aandacht is voor de implicaties als ‘vormgever van de cultuur’.

Zo keren we weer terug bij de technologische cultuur als bepalende context voor de ontwikkeling van digitale media en de uitgangspunten voor een cultuur- en kunstbeleid. Het argument is daarbij niet om het kunstbeleid ondergeschikt te maken aan het maatschappelijk nut, of om cultuurbeleid te vervangen door sociaal beleid. Maar wel om wederom te onderstrepen wat de leidraad van deze notitie is: dat de culturele betekenis van digitale media/kunsten vanuit een dergelijke brede maatschappelijke optiek benaderd moet worden. De analyse van de technologische cultuur en de opkomende netwerksamenleving maakt duidelijk, dat in het bijzonder rond het werkgebied van de digitale media het kunstbeleid uit haar isolement zal moeten komen. Als conceptueel uitgangspunt

zal het zich minder moeten fixeren op de kunstpraktijk en de interne logica van mediakunsten – zonder daarbij overigens het belang van het bevorderen van kwaliteit en van nieuwe ‘kunstvormen’ in dit genre te willen ontkennen.

48 Het perspectief van de technologische cultuur plaatst het kunstbeleid onvermijdelijk in de context van het cultuurbeleid. Maar tegelijkertijd benadrukt het de noodzaak om ook het cultuurbeleid uit haar isolement te halen. Willen we de aanzienlijke mogelijkheden van digitale media voor de kunstensector en voor culturele innovatie realiseren, dan is de aansluiting met ontwikkelingen buiten de traditionele cultuursector onontbeerlijk. Het kunst- en cultuurbeleid ten aanzien van de digitale media kan een belangrijke voorhoederol spelen bij techno-culturele ontwikkelingen. De verwijzing naar de notie van *maatschappelijke* innovatie maakt ons er daarbij op attent dat ook hier cultuurbeleid vooral niet instrumenteel of technocratisch moet worden opgevat, maar als een in essentie cultuurpolitieke opgave.

Tot zover de implicaties van het conceptueel perspectief van de technologische cultuur en de netwerksamenleving, zoals dat in deze notitie is geschetst. Vanuit dat perspectief is hier geprobeerd een aantal lijnen te trekken voor de ontwikkeling van een kunst- en cultuurbeleid rondom de digitale media. Een eerste vereiste was de nieuwe culturele arena zichtbaar te maken en ter discussie te stellen. In het beleidsdenken over de technologische cultuur is reflexiviteit van essentieel belang. De verwijzing naar een notie als maatschappelijke innovatie is hier bovenal een uitdaging om het debat over digitale media en het kunst- en cultuurbeleid uiteindelijk in maatschappelijke termen te voeren.

Uitgang

Toen in 1964, op de wereldtentoonstelling in New York, IBM de eerste vertaalmachine toonde en Bell Company de eerste ‘videotelefoons,’ werd over een ‘communicatierevolutie’ niet gerept. Pas aan het eind van de jaren zeventig, met de komst van de pc, de ‘personal computer’, kondigde zich het computertijdperk aan – maar meer als technologische verworvenheid, dan als maatschappelijk fenomeen. En twee decennia later, aan het einde van de twintigste eeuw, worstelen we nog steeds om de culturele betekenis van de digitale computer- en mediatechnologie in het vizier te krijgen.

‘Heeft de computerrevolutie meer weg van het gebruik van een nieuw muziekinstrument of van de uitvinding van de drukpers?,’ was de retorische vraag die Alan Kay, één van de pioniers van de pc (en voormalig jazzgitarist), onlangs stelde. ‘Als ze meer lijkt op een muziekinstrument dan hoeven we ons niet zoveel zorgen te maken, want dan zullen diegenen die oor hebben voor muziek het wel vinden en zullen er goede dingen uitkomen. Maar als ze meer weg heeft van de drukpers, dan is het essentieel dat we begrijpen met wat voor muziek we te maken krijgen en wat we nodig hebben om die muziek te kunnen leren.’⁴² Bij een cultuurbeleid rond ‘digitale media/kunsten’ dat past binnen onze technologische cultuur, doen we er goed aan om beide gedachtenlijnen serieus te nemen – en ons gelijktijdig te richten op ‘de muziek’ en ‘de muziekinstrumenten’ van de nieuwe mediacultuur.

Richting beleidsontwikkeling

Inzet van bovenstaande 'omsingeling' van de digitale media was om vanuit een breed perspectief – dat van de netwerkmaatschappij in een technologische cultuur – de digitale media in relatie tot culturele ontwikkelingen te positioneren. Daarbij werd niet het geijkte traject gekozen waarbij vanuit de kunsten en het kunstbeleid een rechtlijnig pad wordt gevolgd – van de praktijk van mediakunst en de technologie naar de kunst- en cultuursector. In deze notitie is bewust een poging gedaan om vanuit een ander punt te beginnen: om vanuit een wijds perspectief grote en kleine concentrische cirkels te trekken rondom de digitale media/kunsten en om ze te verbinden met ontwikkelingen in de cultuur en de cultuursector.

De 'wegwijzers' in het landschap van de digitale mediacultuur hebben een aantal issues en discussiepunten aangegeven ten aanzien van een kunst- en cultuurbeleid rondom digitale media. De vertaalslag naar de implicaties voor het beleid is bewust niet gemaakt, laat staan dat er concrete beleidsdoelstellingen en beleidsinstrumenten zijn geformuleerd. Dat was ook niet de vraag. Bij wijze van integratie, en als voorzet voor een beleidsrelevant debat over de nieuwe mediacultuur, worden hierna in een viertal concluderende opmerkingen geplaatst richting beleidsontwikkeling. Zeker niet als kant-en-klare oplossingen voor de actuele beleidsvragen, maar om aan te geven waar en in welke richting, vanuit bovenstaande visie de speerpunten gezocht dienen te worden.

1. Cross-overs:

nieuwe verbindingen binnen de kunst- en culturele sector

De opkomst van een nieuwe mediacultuur dient zich met grote vaart op allerlei fronten aan. De 'mediakunsten', de artistieke toepassingen van nieuwe mogelijkheden van digitale technologie, vormen daar slechts een onderdeel van. De hier

gehanteerde terminologie van digitale media/kunsten heeft bewust willen aangeven dat de verbindingen tussen de ontwikkelingen in digitale media enerzijds en de kunstensector anderzijds de kern vormen van de culturele problematiek in de nieuwe mediacultuur. De kracht van het nieuwe genre van digitale media/kunsten ligt juist in het feit dat ze zich bevinden op het kruispunt van verschillende kunst disciplines en praktijken. In het kunst- en cultuurbeleid is het vanuit deze optiek essentieel dat de zogenaamde mediakunsten niet simpelweg als een nieuwste loot aan de tak van het conventionele kunstbeleid worden toegevoegd. De mediakunsten (zoals bijvoorbeeld videokunst, interactieve computerinstallaties, elektronische muziek en dergelijke), hebben weliswaar hun eigen integriteit van expressie en vaardigheden. Maar ze onderscheiden zich van andere kunstvormen (bijvoorbeeld klassieke muziek, schilderkunst of theater) doordat hun identiteit voor een groot deel wordt bepaald door de verbindingen tussen digitale mediatechnologie en ontwikkelingen in verschillende domeinen van de kunst- en cultuurpraktijk.

Het kernpunt van een kunst- en cultuurbeleid voor digitale media/kunsten zal dan ook vooral moeten liggen bij het stimuleren en faciliteren van 'cross-overs' tussen verschillende terreinen. Dwarsverbanden tussen verschillende kunst disciplines zullen bevorderd moeten worden, niet door tussen bestaande structuren en sectoren een 'extra laag' te plaatsen, maar door aanzetten te geven voor nieuwe initiatieven die de verbindingen en kruisbestuivingen tussen verschillende disciplines en kunstvormen als uitgangspunt nemen.

De 'hybride' mengvormen die kenmerkend zijn voor de meest innovatieve ontwikkelingen rond digitale media/kunsten moeten de inzet zijn van nieuwe beleidsinitiatieven op dit terrein. Het beleid zal, zoals eerder is aangegeven, daarbij oog moeten hebben voor de institutionele netwerken, die rondom deze hybride cultuurvormen opereren. Het is denkbaar dat in het

kunst- en cultuurbeleid individuele culturele instellingen in de toekomst niet langer slechts worden beoordeeld op de activiteiten binnen hun organisatie of sector (zoals in de huidige kunstplannen het geval is), maar tevens op de mate waarin ze in staat zijn met andere instellingen, disciplines en sectoren initiatieven te realiseren. En juist omdat de ontwikkelingen in dit domein zo'n pluriform en dynamisch karakter hebben zal het beleid hier vooral een faciliterende rol moeten spelen. Tevens zal het kunst- en cultuurbeleid flexibel moeten kunnen reageren en strategisch moeten kunnen inspelen op ontwikkelingen en signalen vanuit de culturele praktijk.

2. Speelruimten: onderzoek en ontwikkeling van digitale media/kunsten

Ruimte voor de ontwikkeling van nieuwe culturele- en kunstpraktijken rond digitale media is essentieel. Het potentieel van digitale media voor culturele innovatie, binnen de kunstensector en daarbuiten, is alleen dan mogelijk als er een investering wordt gedaan in 'onderzoek en ontwikkeling' – openingen voor nieuwe experimenten die de mogelijkheden van digitale media in verschillende gebieden verkennen en ontwikkelen. Juist om te voorkomen dat de richting van de ontwikkelingen eenzijdig door de technologie, dan wel door de dynamiek van de commercie wordt bepaald, zal binnen de culturele sector een impuls nodig zijn. Zoals eerder aangegeven, betreft de noodzaak voor 'speelruimten' zowel de ontwikkeling van artistieke en culturele toepassingen van digitale media, als een kritische verkenning van de cultuur-maatschappelijke betekenis ervan.

Het kunst- en cultuurbeleid zal juist in de huidige, relatief prille fase van ontwikkeling een lans moeten breken voor nieuwe en onconventionele initiatieven rondom de digitale media/kunsten. Het speelveld van de digitale media/kunsten wordt vooral bepaald door 'hybride vormen', zowel in de artistieke

productie als in de kunstuitingen en nieuwe ervaringen die daar voor makers en ontvangers het resultaat van zijn. Om de mogelijkheden van dit nieuwe genre daadwerkelijk de ruimte te geven, is specifieke steun voor deze digitale speelplaatsen nodig, ook financieel. Ook in de digitale cultuursector geldt: geen muziek zonder muziekinstrumenten.

Naast de ondersteuning voor instellingen die direct op het gebied van digitale media en de kunsten werkzaam zijn, zal het kunst- en cultuurbeleid ook (nieuwe) speelruimte moeten creëren op plekken die *tussen* de conventionele kunstdisciplines in liggen. Het beleid kan impulsen geven om gevestigde kunstpraktijken en instellingen uit te dagen zich meer te begeven op het terrein van de digitale media. Het sectorale kunstbeleid moet worden overstegen om ruimte te maken voor nieuwe pluriforme verbindingen tussen de kunsten en andere plaatsen in de digitale mediacultuur. In de nieuwe arena van de mediacultuur zal het beleid zich moeten richten op het organiseren van multidisciplinariteit rond de digitale media.

3. Publieke arena's: zichtbaarheid van digitale media/kunsten

Digitale media/kunsten creëren nieuwe ervaringen op het snijpunt van culturele en technologische ontwikkelingen. Het gaat niet slechts om een nieuw genre binnen de kunstensector, maar ook om een integrerende vorm van culturele expressie, die de voorbode kan zijn van nieuwe culturele ontwikkelingen. Het idioom van de digitale media komt in onze technologische cultuur steeds meer in het centrum te staan. In die context moet ook de publieke rol van de digitale media/kunsten worden gezien. Het kunst- en cultuurbeleid kan een belangrijke factor zijn in het zichtbaar maken van de culturele betekenis van digitale media – niet alleen in de artistieke en culturele praktijken, maar ook binnen de nieuwe arena van de mediacultuur en de informatiesamenleving. Het cultuurbeleid

rondom digitale media en de kunsten zal in dit verband de publieke zichtbaarheid van digitale media moeten bevorderen.

Juist omwille van hun centrale positie in de cultuur van de informatiesamenleving zullen de digitale media/kunsten zich sterker publiekelijk moeten profileren. De nieuwe kunstdisciplines en culturele praktijken rondom de digitale media mogen niet teveel een exclusief karakter krijgen. In de technologische en artistieke voorhoede zullen de ontwikkelingen soms noodzakelijk (en onvermijdelijk) een specialistisch, wellicht zelfs 'elitair' karakter hebben. Maar hoe meer de digitale media tot wasdom komen en hoe meer ze doordringen tot allerlei culturele en maatschappelijke praktijken, des te meer zal de publieke betekenis en publieke zichtbaarheid ervan tot de kern van het cultuurbeleid moeten doordringen.

- 54 Het beleid zal de stimulering van initiatieven rond digitale media/kunsten expliciet moeten verbinden met hun 'publieke' functie. Dit betekent allereerst dat er meer aandacht dient te zijn voor publieke 'podia' en vormen van publieke communicatie waar de kunstzinnige en culturele uitingen van digitale media worden gepresenteerd. Er zal meer ruimte moeten komen voor experimenten op dit terrein, vooral waar het nieuwe (hybride) mengvormen betreft tussen verschillende media, podia en communicatievormen. Een grotere zichtbaarheid van artistieke en culturele praktijken rond digitale media kan ook bijdragen tot een grotere mate van reflexiviteit. Het versterken van de publieke arena's voor digitale media betekent dus niet alleen een meer publiek 'gezicht', maar tevens de mogelijkheid om de betekenis en de 'publieke' rol van de digitale media in de cultuur ter discussie te stellen. Juist in de nieuwe mediacultuur is het van belang ontwikkeling in digitale media/kunsten te verbinden met vragen over de toekomstige vormgeving van de informatiesamenleving – bijvoorbeeld in relatie tot de visuele beeldcultuur of educatie. Vanuit

het beleid kan op specifieke plekken 'publieke ruimte' worden gecreëerd voor reflectie op de nieuwe ontwikkelingen – binnen de kunstpraktijk, culturele instellingen, in de media en media-industrie en in het cultuurpolitieke en maatschappelijke debat.

4. Integratie en integriteit: digitale media binnen een cultuurbeleid voor de informatiesamenleving

De 'muziek' en de 'muziekinstrumenten': metaforisch gesteld zijn dat de kernbegrippen in het digitale cultuurbeleid. Om nieuwe 'muziek' te doen ontstaan en de betekenis ervan te kunnen waarderen zal heel wat moeten gebeuren. Ook in de context van de digitale mediacultuur dienen er 'muziekinstrumenten' voorhanden te zijn (en musici om ze te bespelen). Maar de culturele en artistieke waarde van de muziek komt pas echt tot haar recht als de muziek op allerlei plaatsen in de cultuur 'gehoord' kan worden. Enerzijds hebben de digitale media/kunsten hun eigen dynamiek en integriteit, die bevorderd en beschermd moeten worden. Anderzijds vormen ze onderdeel van een groter geheel. Het kunst- en cultuurbeleid rond de digitale media zal gestoeld moeten zijn op twee beleidslijnen: het bevorderen van artistieke en culturele productie én het positioneren ervan binnen een bredere context die aangeduid kan worden als vormgeving van de cultuur.

In de cultuur van de informatiesamenleving nemen digitale media potentieel een sleutelpositie in. Als nieuw genre behoort het deels tot de kunstensector en deels is het een aanjager van maatschappelijke en culturele innovaties. Vanuit die positie kan het beleid rondom digitale media het speerpunt worden voor een cultuurbeleid dat zich richt op de artistieke en culturele innovatie. De culturele transformaties die in deze notitie zijn aangegeven vragen daarbij om een beleidsbenadering die naast de integriteit van het genre van digitale

media/kunsten, tevens een rol speelt bij de (toekomstige) vormgeving van de informatiesamenleving. Digitale media vallen onder een 'kunstenplan', maar tegelijkertijd vormen ze een element binnen een cultuurpolitiek die past binnen de huidige technologische cultuur. Naast integriteit, zal er dus rond de digitale media tevens een mate van integraal cultuurbeleid moeten worden nagestreefd.

56 De digitale mediacultuur vereist een beleidskader, waar ontwikkelingen in de kunsten- en culturele sector niet worden losgemaakt van sociaal-culturele en maatschappelijke ontwikkelingen, maar in hun samenhang worden gezien. Juist ook voor een kunstbeleid rond digitale media is het van belang relaties aan te gaan met bijvoorbeeld infrastructureel beleid op het gebied van de zogenaamde 'elektronische snelweg', of het onderwijsbeleid. Het belang van specifieke beleidsinstrumenten voor de bevordering van digitale media/kunsten staat buiten kijf. Maar in het karakter van de netwerksamenleving dienen beleidsmaatregelen voor terreinen als media, kunst en vormgeving, technologische innovatie en (computer-) onderwijs niet in totale afzondering van elkaar ontwikkeld te worden. In de arena van de digitale mediacultuur zal de betekenis van de nieuwe ontwikkelingen deels worden bepaald door de connecties tussen verschillende domeinen – of het nu, bijvoorbeeld, gaat om bevordering van mediakunsten, programma's voor media-educatie, dan wel het vergroten van de publieke toegang tot het internet.

Het cultuurbeleid in de netwerksamenleving zal zich moeten richten op de strategische 'knooppunten' in het netwerk. Steeds zal daarbij een meersporenbeleid moeten worden gevolgd. Het kunstbeleid zal – vanuit de integriteit van bepaalde kunst- en culturele praktijken – ruimte moeten creëren voor nieuwe ontwikkelingen en nieuwe initiatieven. Maar het kunst- en cultuurbeleid rondom digitale media/kunsten zal ook oog moeten hebben voor een meer integrale benadering.

Met het stimuleren van nieuwe praktijken, vaardigheden, kennis en experimenten moet het dwarsverbanden naar culturele en maatschappelijke ontwikkelingen bevorderen. Binnen de nieuwe arena kan zo een pluriform cultuurbeleid voor de informatiesamenleving worden ontwikkeld – een beleid dat de kansen voor digitale media/kunsten benut, maar tevens de culturele betekenis van de digitale media ter discussie durft te stellen. Anders gezegd, een kunst- en cultuurbeleid dat is verankerd in een cultuurpolitieke visie op de technologische cultuur.

Amsterdam, juni 1999.

Noten

1. Voor zover Engelstalige of Franstalige bronnen zijn geciteerd, werd de vertaling door de auteur verzorgd.
2. Roland Barthes, *La Tour Eiffel*(Paris: Centre National de la Photographie/Le Seuil, 1964).
3. Michiel Schwarz en Rein Jansma (samenstelling), *De technologische cultuur* (Amsterdam: Uitgeverij De Balie, 1989). Michiel Schwarz, The Technological Culture - Opening the Political and Public Debate, in: J. Durant and J. Gregory (eds), *Science and Culture in Europe* (London: The Science Museum, 1993), 203-209. Michiel Schwarz, Zingeving in een technologische cultuur, in R. in 't Veld, H. de Bruijn, M. Lips (samenstelling), *Toekomst voor het funderend onderwijs*(SDU, Den Haag, 1996), Bijlage, 42-49.
4. Dat blijkt bijvoorbeeld ook bij de maatschappelijke controversen rondom de potentiële gevaren van technologie voor mens en milieu. Met verwijzing naar gebieden als genetica, kernenergie, gekke-koeienziekte wordt door Beck en anderen gesproken van een risicomaatschappij' waarbij de technisch-wetenschappelijke vragen niet kunnen worden losgemaakt van sociale en culturele ontwikkelingen. Zie Maarten Hajer en Michiel Schwarz, Contouren van de risicomaatschappij, in: Ulrich Beck, *De wereld als risicomaatschappij - Essays over de ecologische crisis en de politiek van de vooruitgang*. Samenstelling: Maarten Hajer en Michiel Schwarz (Amsterdam: Uitgeverij De Balie, 1997), 7-22.
5. Zie bijvoorbeeld Helga Nowotny and Klaus Taschwer, *The Sociology of the Sciences*. Vol II (Cheltenham: Elgar Publishing, 1996). Michiel Schwarz and Michael Thompson, *Divided We Stand - Redefining Politics, Technology and Social Choice* (Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1990 / Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press, 1990).
6. Manuel Castells, *The Information Age - Vol.I: The Rise of The Network Society* (Oxford: Blackwell, 1996), *Vol.II: The Power of Identity* (Oxford: Blackwell, 1997), *Vol.III: End of Millennium* (Oxford: Blackwell, 1998).
7. Castells 1996, p.15.
8. Castells 1996, p.328.
9. Castells 1996, p.328.
10. Castells 1996, p.372.

11. 'Citizen movements, information and analysis. An interview with Manuel Castells', *City*, nr. 7 (1997), 140-155.
12. Manuel Castells in zijn lezing 'Network Society: The Cultural Challenges' in het Vormgevingsinstituut, 1 november 1997. Een verkorte versie is gepubliceerd in *New Media Culture in Europe* (Amsterdam: Virtual Platform / Uitgeverij De Balie, 1999), p. 14-16. Voor de culturele betekenis van de dood van prinses Diana als 'media-event', zie Mandy Merck (ed), *After Diana - Irreverent Elegies* (London: Verso, 1998).
13. Scott Lash and John Urry, *Economies of Signs and Space* (London: Sage, 1994), p.222.
14. Lev Manovich, 'Cinema als Cultural Interface' - <http://jupiter.ucsd.edu/~manovich/text/cinema-cultural.html>.
15. Steven Johnson, *Interface Culture : How new technology transforms the way we create and communicate* (San Francisco: HarperEdge, 1997), p.38.
16. *Van Dada tot Data - Beleidsplan Virtueel Platform* (Amsterdam: Virtueel Platform, 1996) www.dds.nl/~virtplat/inl.htm
17. *New Media Culture in Europe*, zie noot 12.
18. Vincent Mosco, Cyber-Monopoly: A Web of Techno-Myths, *Science as Culture*, vol.8. no.1 (March 1999), 5-22).
19. Paul Kuypers, 'Van schommeling tot licht', *Tien jaar Theaterfestival* (Theaterfestival, 1997).
20. Michiel Schwarz, De vooruitgang - Wonderen van de technologische toekomst, in *Wereldtentoonstellingen* (Amstelveen: KVGGO, 1991), 52-69.
21. Femke Wolting, *Catalogue 1999 - 28th International Film Festival Rotterdam* (Rotterdam: IFFR, 1999), p.298.
22. Steven Johnson, *Interface Culture*, p.40.
23. Philip Agre, 'Designing Genres for New Media', in Steve Jones, ed. *CyberSociety 2.0* (London/Los Angeles: Sage 1998).
24. *Recommendations for Growth: UK Digital Media* (London: Digital Media Alliance, 1999), p.15.
25. idem.
26. Bijvoorbeeld de ontwikkeling van zogenaamde 'Collaborative Learning Environ-

ments', zoals het onderwijs/computer programma 'Demi Dubbel' . Zie <http://www.waag.org/demidubbel>.

27. *Cultuur voor culturen* - Vooradvies Cultuurnota 2001-2004 (Den Haag: Raad voor Cultuur, 16 april 1999), p.5.
28. Steven Johnson, *Interface Culture* , p.226.
29. John Thackara, The Edge Effect, *New Media Culture in Europe*, p.26.
30. Andreas Broeckmann in, *New Media Culture in Europe*, p.93.
31. Scott Lash and John Urry, *Economies of Signs and Space* (London: Sage, 1994), p.6.
32. *New Media Culture in Europe*, p.50.
33. European Cultural Backbone, *New Media Culture in Europe*, 66-68.
34. V2_Organisatie, interne notitie, 5 februari 1999.
35. Marleen Stikker, persoonlijke communicatie, 23 maart 1999.
36. *New Media Culture in Europe*, p.96.
37. *Recommendations for Growth: UK Digital Media*.
38. *New Media Culture in Europe*, p.8.
39. *Staat zonder Land - Een verkenning van bestuurlijke gevolgen van informatie- en communicatietechnologie*, Rapporten aan de Regering, nr. 54. Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (Den Haag: Sdu Uitgevers, 1998), p.206.
40. *Van Dada tot Data - Beleidsplan Virtueel Platform* (Amsterdam: Virtueel Platform, 1996) www.dds.nl/~virtplat/inl.htm
41. Voor cultuurpolitieke vragen over onderwijs en informatietechnologie zie bijvoorbeeld R. in 't Veld, H. de Bruijn, M. Lips (samenstelling), *Toekomst voor het fundamenteel onderwijs* (SDU, Den Haag, 1996). In relatie tot sociaal en sociaal-economisch beleid in Europa, zie bijvoorbeeld *Building the European Information Society for us All* - Final Policy Report of the High-level Expert Group (Luxembourg: European Commission, 1997).
42. Lezing, New York, najaar 1997. Gepubliceerd als Alan Kay, *Why the computer revolution hasn't happened yet, If/Then 0.1 - design implications of new media* (BIS/Netherlands Design Institute, Amsterdam, 1998) 198-205.

De auteur wil bij deze Paul Kuypers en Gert Staal hartelijk danken voor hun commentaar op een eerdere versie van deze notitie.

Dr. Michiel Schwarz is onafhankelijk consultant en onderzoeker op het gebied van de technologische cultuur. Opgeleid in wetenschapsbeleid en de sociologie van de technologie is hij sinds eind jaren tachtig werkzaam op het snijvlak tussen cultuur, politiek en technologie. Hij ontwikkelde onder meer projecten met cultuur politiek centrum De Balie en was de afgelopen jaren onder anderen inhoudelijk adviseur van het Vormgevingsinstituut en het Nederlands paviljoen op de wereldtentoonstelling Expo 2000. Hij publiceerde onder meer *De Technologische Cultuur* (samenstelling, met Rein Jansma) 1990, *Divided We Stand — Redefining Technology, Policy and Social Choice* (met Michael Thompson, 1989) en *Speed — Visions of an Accelerated Age* (samenstelling, met Jeremy Millar, 1998).