

viWTA
Dossier **18**

ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

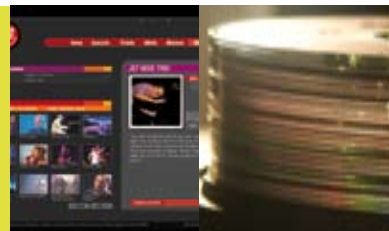
Voorwoord	2
Introductie	5
1. Situering	7
1.1. ICT en multimedia	10
1.2. Cultuur	10
1.3. Participatie	10
2. ICT en cultuurparticipatie: de praktijk	13
2.1. ICT en ontsluitingspraktijken	14
2.2. ICT en het cultuuraanbod	22
2.3. ICT en de participant	28
3. Drempels voor een actief gebruik van ICT voor cultuurparticipatie	35
3.1. Uitdagingen	35
3.2. ICT en participatieverhoging	42
4. Sleutels voor strategieën rond ICT en cultuurparticipatie	45
4.1. Mogelijke oplossingen	45
4.2. De mogelijke rol van het beleid	46
4.3. Naar een hybride cultuuruimte	49
4.4. Conclusie	52

Coverfoto by Marco Raaphorst - Creative Commons Attribution 2.0 Generic

viWTA Dossier nr. 18, © 2008 door het Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek (viWTA), Vlaams Parlement, 1011 Brussel

Dit dossier, met de daarin vervatte resultaten, conclusies en aanbevelingen, is eigendom van het viWTA. Bij gebruik van gegevens en resultaten uit deze studie wordt een correcte bronvermelding gevraagd.

VOORWOORD



Het Vlaamse cultuurparticipatiebeleid richt zich op het bereiken van een groter en andersoortig publiek (verbreding en vernieuwing) en het verhogen van de culturele competentie (verdieping). In een informatiemaatschappij wordt ICT een cruciale rol toebedeeld, ook wat betreft de cultuurparticipatie.

In dit dossier nam de onderzoeksgroep IBBT/SMIT (VUB), in opdracht van het viWTA, een aantal cases uit de erfgoedsector, kunsten, bibliotheeksector, musea, en andere sectoren onder de loep vanuit de vraag hoe ICT als instrument kan dienen voor verdieping, vernieuwing en verbreding.

Bovendien werd bij stakeholders en deskundigen van verschillende culturele instellingen gepeild naar hun visie en verwachtingen rond ICT en cultuurparticipatie. Thema's die aan bod komen zijn onder meer digitalisering van culturele content, de rol van culturele instellingen binnen recente evoluties, de digitale kloof en de cultuurparticipatiekloof, de veranderende cultuuruimte en de nood aan een hybride cultuurbeleid.

Het dossier eindigt met een aantal strategische sleutels voor een potentieel beleid rond ICT en cultuurparticipatie. Onder meer rond de kennisopbouw en –uitwisseling binnen de cultuursector, de ruimte voor experiment, de investering in digitale vaardigheden en de evolutie naar een beleid dat de hybriditeit van de hedendaagse cultuurparticipatie kan vatten, legt dit dossier een aantal cruciale vragen voor beleidsmakers bloot.

Wij wensen u veel leesplezier.

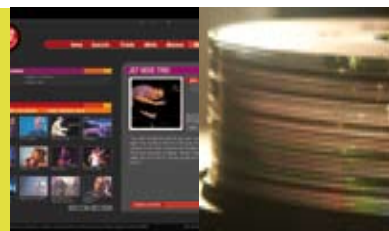
Robby Berloznik
Directeur viWTA-Samenleving en technologie



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



INTRODUCTIE



Hedendaagse cultuurbeleving is tegelijkertijd een voortzetting van het verleden en een verkenning van compleet nieuwe wegen. Enerzijds lezen mensen nog steeds graag een boek, luisteren ze naar een CD, gaan ze naar een theatervoorstelling of bespelen ze zelf een instrument. Anderzijds duiken er ook nieuwe vormen van cultuurbeleving op die soms gewoon naast de aloude modellen kunnen bestaan, maar soms ook die oude modellen op de helling zetten.

Kijk naar wat er de laatste jaren gebeurd is binnen de muzieksector. Terwijl de meeste mensen enkele jaren geleden nog cd's kochten en beluisterden, gaan vandaag steeds meer muzikliefhebbers muziek online aankopen of gratis (en soms illegaal) downloaden. Platenmaatschappijen breken zich het hoofd over wat ze met die nieuwe wending aan moeten. Langs de andere kant zijn er ook bestaande en nieuwe aanbieders die de mogelijkheden van ICT (Informatie – en CommunicatieTechnologie) gretig aangrijpen om hun publiek te bereiken. Denk maar aan het succes van het online muziekplatform iTunes.

Dit betekent ook dat de muziekbeleving anders wordt. Terwijl vroeger een lp of cd als een totaalpakket (een bepaalde volgorde van de songs, de hoes, enz.) werd ervaren, worden vandaag eerder losse nummers aangekocht en gedownload. Sommige artiesten reageren daar furieus op en spannen rechtszaken in tegen illegale downloaders. Anderen zien weer veeleer de opportuniteiten, bieden zelf gratis songs aan op hun website en hopen zo

op een grotere respons op de reguliere verkoop en concerten.

Aanverwante sectoren worden intussen meegezogen in deze evoluties. De cd-collecties in bibliotheken worden steeds minder uitgeleend, zodat bibliotheken zich momenteel de vraag stellen welke rol zij op dat vlak in de toekomst nog moeten en kunnen spelen. Maar niet alleen de muzieksector is onderhevig aan deze veranderingen. Ook de andere culturele subsectoren staan voor enorme uitdagingen en experimenteren met nieuwe ontsluitingsmodellen voor de gebruiker.

Deze gebruiker is bovendien niet langer de passieve ontvanger van culturele inhoud maar gaat steeds meer zelf creatief aan de slag. Websites zoals Flickr en YouTube herbergen intussen miljoenen foto's en filmpjes van gewone gebruikers. Amateurkunstenaars tonen hun werk online. En boekenwebsites staan vol met commentaren van amateurrecensenten.

De mogelijkheden van ICT zijn enorm, zoals geïllustreerd wordt door de succesverhalen. ICT wordt dan ook dikwijls beschouwd als een nieuw instrument om mensen meer en op een andere of intensere manier aan cultuur te laten participeren. Daarbij wordt gehoopt dat ook de groep van niet- en incidentele cultuurparticipanten kan overgehaald worden. De centrale vraag in het voorliggende document betreft de rol die ICT kan spelen in de cultuurparticipatie.



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

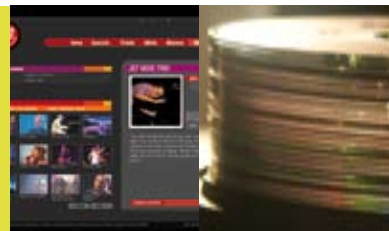
Het voorliggende document start met een afbakening van het concept 'ICT en cultuurparticipatie'. Elk van de aanwezige termen — ICT, cultuur, participatie — wordt specifiek benoemd om een klare categorisatie te krijgen. Binnen dit model wordt vervolgens een aantal cases besproken. Het zijn stuk voor stuk voorbeelden van hoe een cultuurparticipant via ICT op een innovatieve manier benaderd en betrokken kan worden. Op basis van die cases, van voorgaande studies en gesprekken met de sector overlopen de auteurs vervolgens enkele trends en knelpunten. Het rapport eindigt met een aantal strategische sleutels voor een potentieel beleid rond ICT en cultuurparticipatie.

In de studie wordt duidelijk dat de meerwaarde voor de burger van ICT voor cultuurparticipatie duidelijk samenhangt met de knelpunten die verbonden zijn aan het digitale cultuuraanbod. De wereld van de genetwerkte

cultuur biedt onbegrensde mogelijkheden om de cultuurparticipatie te verrijken: collecties kunnen online met elkaar verbonden worden en zo een nieuwe en diepere betekenis krijgen, de digitale ruimte biedt opportuniteiten voor nieuwe vormen van cultuurbeleving, nieuwe media kunnen de gebruiker uitnodigen om zelf te reflecteren over het aanbod door dat aanbod opnieuw te gaan interpreteren en moduleren, een digitaal cultuuraanbod kan nieuwe ad hoc culturele 'communities' genereren, enz. Al deze pistes veronderstellen echter dat de eigenaars en beheerders van de culturele content openstaan voor nieuwe samenwerkingsvormen, dat zij kennis en een visie hebben om in deze veranderende omgeving de mogelijkheden te benutten, en dat ze ruimte krijgen om te experimenteren. Een dergelijke ruimte voorzien kan uiteraard gestimuleerd en aangestuurd worden door een herdacht cultuurbeleid.



SITUERING



Het verhogen van de cultuurparticipatie prijkte wellicht altijd hoog op het prioriteitenlijstje van het cultuurbeleid in Vlaanderen. De verantwoordelijken hebben tijdens de voorgaande decennia echter veeleer gewerkt aan het verschaffen van toegang en het ontsluiten van het aanbod. Deze strategie blijkt onder meer uit de aanwezigheid van cultuurcentra en bibliotheken in alle uithoeken van Vlaanderen. Het is echter zonneklaar dat een duidelijke cultuurparticipatiekloof blijft bestaan ondanks de brede spreiding. Dus zijn meer en andere inspanningen nodig.

In het Vlaamse cultuurbeleid vertaalt de evolutie zich in een toenemende aandacht voor cultuurparticipatie. *De Beleidsnota cultuur 2000-2004*¹ en de *Beleidsnota cultuur 2004-2009*² beschouwen een verhoging van de cultuurparticipatie als een van de prioriteiten. In 2007 wordt deze focus zelfs letterlijk vertaald naar een Vlaams participatiedecreet. Uit de beleidsnota's is af te leiden dat een verhoging van cultuurparticipatie drie doelstellingen omvat: verbreding (meer mensen aantrekken binnen hetzelfde segment), vernieuwing (nieuwe publieksgroepen aanspreken) en verdieping (kwaliteit en intensiteit van de participatie vergroten).

Onder de voorgestelde instrumenten om deze doelstellingen te bereiken, krijgt ICT (Informatie- en Communicatie-Technologieën) een bijzondere plaats. Techno-optimisten beweren dat ICT een bruikbaar middel kan zijn om meer mensen te laten participeren aan cultuur. Critici werpen dan weer op dat het gebruik van ICT extra vaardigheden vereist die de reeds bestaande culturele kloof nog kunnen versterken³.

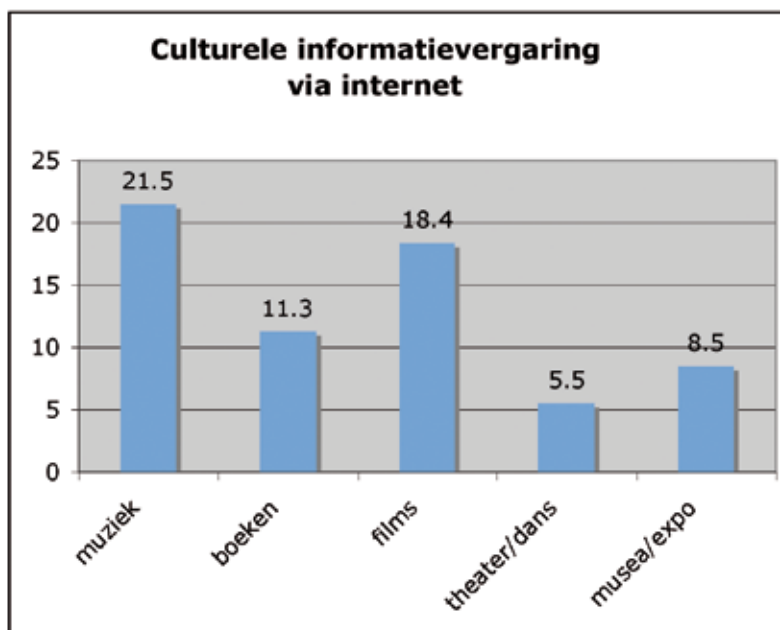
Het wordt inderdaad steeds duidelijker dat cultuurparticipatie die gemedieerd wordt via ICT — ook virtuele cultuurparticipatie genoemd — een vast gegeven is geworden. Cijfers uit de grootschalige cultuurparticipatiesurvey van het Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen tonen dat duidelijk aan.

Zo bleek op de eerste plaats dat heel wat mensen het internet gebruiken wanneer ze op zoek gaan naar informatie over cultuur. Over een periode van zes maanden bleek meer dan een vijfde van de respondenten (21,5 %) het internet te gebruiken voor het opzoeken van informatie over muziek. Ook voor informatie over films (18,4 %) en boeken (11,3 %) wordt het internet door heel wat mensen gebruikt.



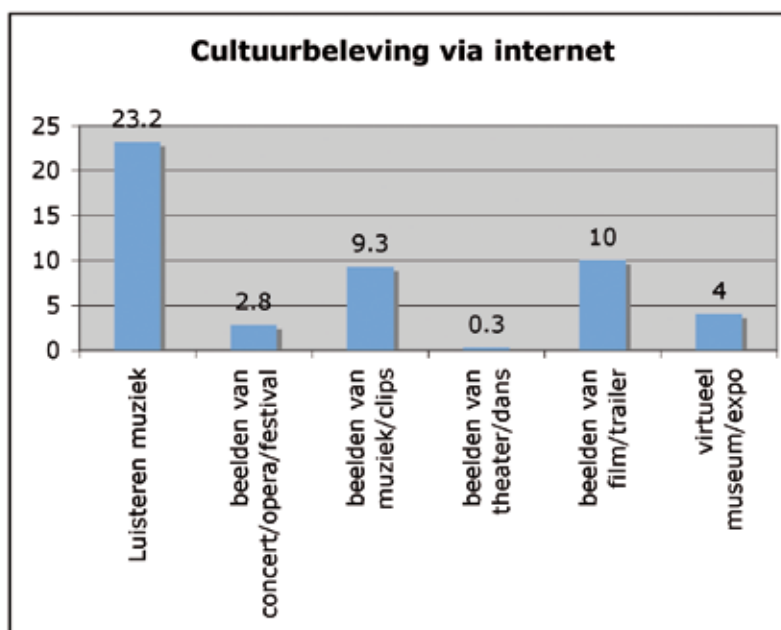


ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



De cijfers betreffende het daadwerkelijk beleven van cultuur online liggen ook zeer hoog. Bijna een kwart van respondenten gaf aan wel eens online naar muziek te

luisteren. En ongeveer een tiende van de respondenten liet weten wel eens naar muziek- en videoclipps (9,1 %) en films of filmtrailers (10 %) te kijken op internet.



SITUERING



Artcenter Creative Commons Attribution-Non-Commercial-Share Alike 2.0 Generic 2

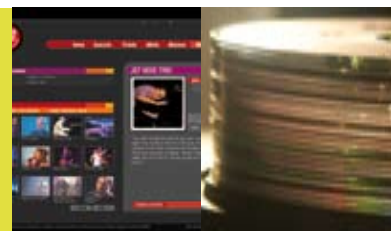
Alle categorieën samengenomen blijkt dat ongeveer 37 % van de respondenten tot de groep van virtuele cultuurparticipanten kan worden gerekend.

Deze cultuurparticipatie bleek evenwel niet evenwichtig verdeeld te zijn binnen de verschillende bevolkingsgroepen. Uit verdere analyses kwam een bijzonder groot effect naar voor van leeftijd, geslacht en opleiding. Online cultuur bleek met andere woorden vooral jonge, hoogopgeleide mannen aan te trekken. Het lijkt erop dat de verschillen die zich voordoen bij internetgebruik in het algemeen, bij cultuur op internet nog versterkt naar voor komen. Wanneer we echter naar de verschillende cultuurvormen op zich kijken, blijkt toch dat bijvoorbeeld online muziek een bepaalde groep mensen kan aantrekken, die niet tot dat exclusieve groepje van jonge hoogopgeleide mannen behoort.

ICT blijkt dus in eerste instantie een bruikbaar instrument voor verbreding en verdieping. De invloed op publieksvernieuwing lijkt heel wat twijfelachtiger⁴. Recentere analyses hebben dit beeld al enigszins genuanceerd en tonen dat virtuele cultuur toch bepaalde groepen in de maatschappij aantrekt die traditioneel niet gezien wor-

den als 'het cultureel publiek'⁵.

Maar wat betekent 'ICT en cultuurparticipatie' nu precies? Gaat het bijvoorbeeld om het gebruik van een computer in een museum, om het bewerken van muziekfiles via het Internet of ook om het raadplegen van een online cultuurkalender om het volgende theaterbezoek te plannen? Vooraleer een aantal cases uit de praktijk te bespreken, zullen we het domein 'ICT en cultuurparticipatie' kort afbakenen en definiëren. Elk van de drie aanwezige termen in dit domein kan immers gevarieerd worden. De term 'ICT' kan een veelheid aan technologieën omvatten, gaande van een gsm, via een laptop, tot virtual reality instrumenten zoals datahelmen, datagloves, enz. De term 'cultuur' verdient eveneens een verdere duiding en afbakening. Bepaalde cases binnen het e-cultuurdomein richten zich immers tot een culturele niche, terwijl andere applicaties zich kunnen richten op een breed publiek. Bepaalde interpretaties van e-cultuur richten zich eerder op de kunsten, terwijl andere lezingen e-cultuur zeer breed (ook volkscultuur, toegepaste kunsten, enz.) en sectoroverschrijdend zien (rakend aan wetenschap, onderwijs, enz.). Tenslotte kan ook de term 'participatie' in deze context op verschillende manieren ingevuld worden. Zo kunnen we een participant definiëren als iemand die via ICT kennis neemt van een aanbod, maar ook als iemand die ICT inzet om zelf culturele content te creëren. Een duidelijke classificatie van deze verschillende variaties kan enerzijds het domein 'ICT en cultuurparticipatie' verhelderen, maar anderzijds kan het ook een ankerpunt zijn om bepaalde praktijken te plaatsen en contextualiseren.





ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

1.1. ICT en multimedia

De eerste term 'ICT' staat voor informatie- en communicatietechnologie en kan een hele wereld omvatten van computers, netwerken, databases, enz. In het kader van deze studie willen we focussen op ICT vanuit een gebruikersperspectief. Voor een gebruiker is een databank of een netwerk op zich niet belangrijk maar wel de applicaties die steunen op die technologieën.⁶ We maken een onderscheid tussen mobiele applicaties, Internet/WWW en digitale TV. Mobiele applicaties die een link met cultuur te maken kunnen hebben, zijn gsm, pda, mp3-spelers en gameconsoles. Onder Internet/www-toepassingen verstaan we onder meer e-mail, chat, blogs, websites, games, virtuele werelden. Naast de verschillende applicaties zijn er ook variaties op het vlak van de presentatie van de inhoud. We onderscheiden volgende multimedia: tekst, audio, foto's, animatie, video, interactie.

1.2. Cultuur

Ook Cultuur, de tweede term uit het concept 'ICT en cultuurparticipatie', kunnen we op velerlei manieren onderverdelen. Wanneer vertrokken wordt vanuit het beleid zien we in eerste instantie twee grote domeinen: kunsten en erfgoed en anderzijds sociaal-cultureel werk voor jeugd en volwassenen. Kunsten en erfgoed omvat de beeldende kunsten, audiovisuele kunsten, podiumkunsten (dans, theater), muziek, letteren, architectuur en vormgeving, en erfgoed (musea, archieven, volkscultuur, enz.). Sociaal-cultureel werk voor jeugd en volwassenen omvat jeugd, lokale cultuur (gemeentelijke cultuur, bibliotheken, cultuurcentra), sociaal-cultureel volwassenenwerk, en amateurkunsten.

Focussend op de gebruiker en dus op hoe cultuur ontsloten en gecommuniceerd wordt, zien we andere onderverdelingen. De website *Cultuurweb*, die door Cultuurnet Vlaanderen werd opgezet om het aanbod in Vlaanderen te promoten, vertrekt vanuit 10 categorieën: muziek, podium, expo, film en audiovisueel, literatuur, erfgoed, architectuur en design, vorming, evenementen en kinderen.

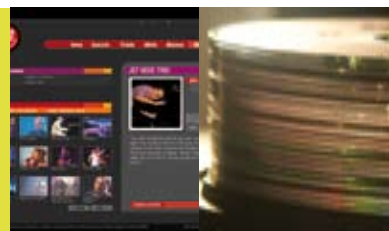
We stellen hieronder een categorisatie voor die een combinatie is van de onderverdelingen zoals ze gebruikt worden binnen het beleid en binnen de cultuurcommunicatie- en promotie: erfgoed, bibliotheek en letteren, audiovisuele kunst, beeldende kunst, cultuurcentra, amateurkunsten, architectuur en design, muziek, podiumkunsten, jeugd en kinderen, sociaal-cultureel volwassenenwerk.

1.3. Participatie

Cultuurliefhebbers kunnen via ICT op verschillende manieren in contact komen met cultuur. De verschillende vormen van participatie die we hier onderscheiden, zijn:

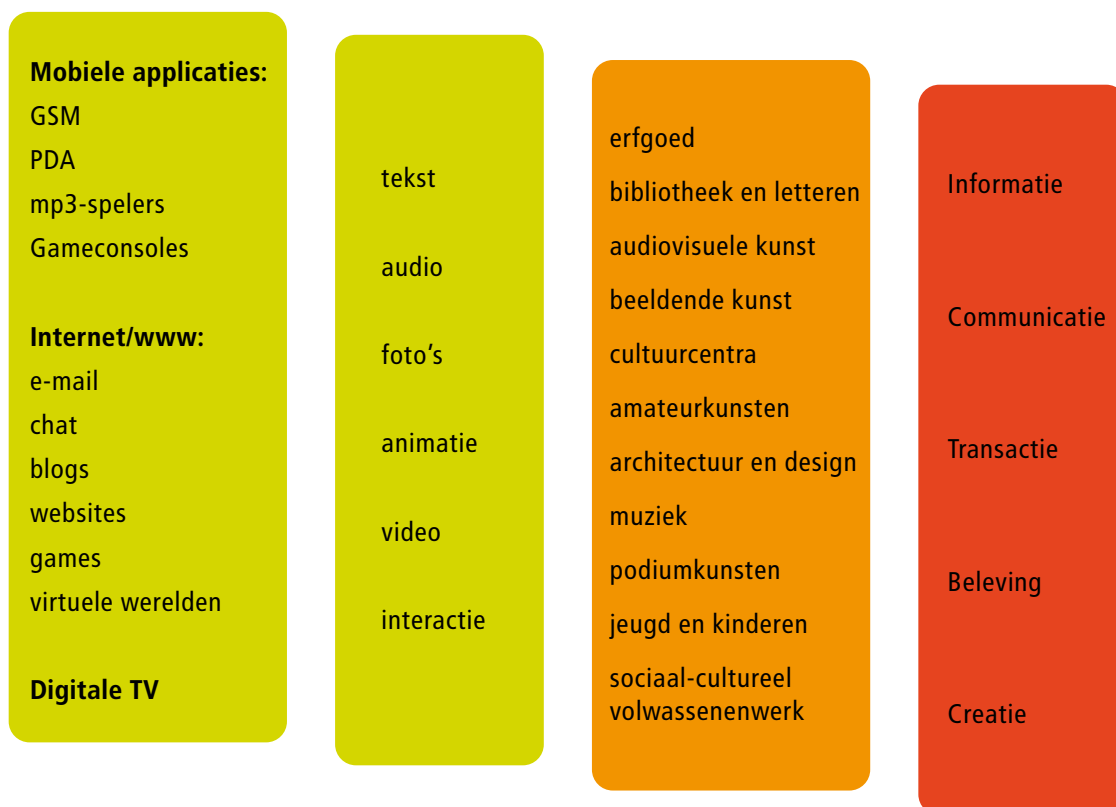
- **Informatie:** zich informeren over verschillende vormen van cultuur, zowel inhoudelijk als puur praktisch (vb. openingsuren van een museum)
- **Communicatie:** dit kan communicatie met een deskundige zijn (vb. een curator) maar ook met andere participanten (vb. een online community rond amateurfotografie). Communicatie omvat ook netwerking, sharing en conversational media (commentaar geven op)
- **Transactie:** verwerven, kopen, huren, bestellen en reserveren van een cultuurproduct

SITUERING



- **Beleving:** het daadwerkelijk ervaren van culturele inhoud
- **Creatie:** zelf culturele inhoud bijdragen

De bovenstaande indelingen op het vlak van ICT en multimedia, cultuur en participatie, schematisch voorgesteld:



Elk bestaand initiatief kan nu in principe in een 'wolk' worden gevat die over deze drie indelingen kan worden getekend. Deze wolk kan een of meer vormen van ICT omvatten, kan betrekking hebben op een of meer cultuurdomeinen en kan van toepassing zijn op een of meer participatievormen.

Uiteraard dienen we steeds voor ogen te houden dat de

virtuele en reële wereld niet als aparte sferen beschouwd kunnen worden. In het huidige culturele veld zijn die twee sferen steeds meer verweven. Zo kunnen participanten een virtueel museum bezoeken om zich voor te bereiden op hun bezoek aan een reëel museum. Ze kunnen online tickets kopen voor een echte theatervoorstelling. Of via een online community discussiëren over een concert dat ze bijgewoond hebben.



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



Vanuit het voorgaande schema belichten we in dit hoofdstuk een aantal aandachtspunten. Op de eerste plaats hebben die betrekking op de linkerzijde van het schema. Meer bepaald focussen we op de gebruikte technologie, de media en de distributiemodellen. Daarna bekijken we het aanbod en illustreren we aan de hand van praktijkvoorbeelden wat ICT voor cultuurparticipatie kan betekenen. Tenslotte stellen we de gebruiker centraal en belichten we nieuwe participatievormen.

De praktijk verschaft inderdaad al heel wat voorbeelden die aangeven hoe ICT kan bijdragen aan cultuurparticipatie. Dikwijls gaat het om toepassingen die via ICT mensen trachten aan te zetten om meer te participeren aan het 'echte leven'. Denk maar aan online cultuurkalenders, online ticketverkoop voor culturele evenementen, enz. In dit dossier willen we echter de aandacht richten op een aantal voorbeelden die de loutere communicatie en promotie overstijgen. Het gaat met andere woorden om voorbeelden waarbij de beleving zelf zich ook voor een stuk in een digitale context afspeelt. Nogmaals dienen we hierbij op te merken dat de meeste voorbeelden een combinatie zijn van zowel de reële als virtuele omgeving.

Enkele cases in dit hoofdstuk worden in een kaderstuk nader toegelicht. In de eerste plaats zullen de initiatieven op het eerder voorgestelde schema worden geplaatst. Dat stelt ons in staat om precies te zien welke mogelijkheden en welke domeinen bezet worden. Verder zullen de initiatieven beoordeeld worden op hun potentieel voor de verbreding, verdieping en vernieuwing van cultuurparticipatie. Hoewel de termen verbreding, verdieping en

vernieuwing voldoende gekend zijn vanuit het cultuurbeleid van minister Anciaux, is het voor de duidelijkheid toch aangewezen om de termen hier nogmaals kort te omschrijven:

- verbreding van cultuurparticipatie: mensen betrekken binnen het segment waarvan kan aangenomen worden dat de drempels tot participatie laag zijn (bijvoorbeeld de groep van hogeschoolenden).
- verdieping van cultuurparticipatie: de participatie van de bestaande participanten nog versterken en uitdiepen (dikwijls gerelateerd aan verhoging van cultuurcompetentie)
- vernieuwen van cultuurparticipatie: aanzetten tot participatie door groepen in de samenleving, die klassiek gezien niet of nauwelijks participeren aan cultuur.

Een extra instrument om de cases te beoordelen is de innovatiegraad die inherent is aan de cases. We baseren ons hiervoor op het document '*eCultuur: van i naar e*' uit 2003 van de Nederlandse Raad voor Cultuur⁷. In dat rapport wordt een onderscheid gemaakt tussen drie manieren om ICT in een culturele context in te zetten. Op de eerste plaats kan ICT op een *instrumentele* manier worden gebruikt. ICT faciliteert dan enkel een bestaande praktijk. Een stap verder, het *innovatief* gebruik, verwijst dan naar het inzetten van ICT voor innovatieve praktijken zoals bijvoorbeeld het verbinden van digitale collecties over instellingen heen (bijvoorbeeld alle stadsmusea), het verbinden van gegevens over sectoren heen (bibliotheekdata koppelen aan museumdata, bijvoorbeeld), enz.



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

Tenslotte kan ICT ook op een manier gebruikt worden die de rol van bestaande culturele actoren en instellingen in vraag stelt. Men kan dan spreken van een gebruik dat *institutionele* veranderingen teweegbrengt. Wanneer bijvoorbeeld gebruikers via Web2.0-toepassingen zelf een mening of visie kunnen geven over een bepaald cultureel evenement of object, wordt de status van de expert voor een stuk in vraag gesteld.

2.1. ICT en ontsluitingspraktijken

De klassieke ontsluitingswijzen binnen de culturele sector zijn dikwijls gebonden aan een bepaalde fysieke ruimte, een bepaald fysiek object en een bepaalde tijdspanne. Een dansvoorstelling wordt bezocht in een bepaalde ruimte op een bepaald tijdstip, een beeldhouwwerk wordt bekeken in een aangepaste setting, enz.

Daarnaast kan culturele inhoud ook al een hele tijd beleefd worden via een afgeleide of een neerslag van het reële. Een dansvoorstelling kan op video bekeken worden en in kunstboeken staan afbeeldingen van beeldhouwwerken. Bij virtuele cultuurparticipatie is het mogelijk om nog een stap verder te gaan. De klassieke grenzen die gelinkt zijn aan ruimte, aan tijd en aan een fysiek object kunnen volledig overstegen worden. Opnieuw is het duidelijk dat grenzen tussen het reële en het virtuele niet altijd strikt getrokken kunnen worden. Wetenschappers buigen zich al langer over deze kwestie. Zo stelde Castells al in 1996 dat de werelden van het reële en het virtuele samenkomen in een gemeenschappelijke, nieuwe, betekenisgevende ruimte. Hij noemt de digitale representaties geen 'virtuele realiteit' maar een 'reële virtuali-

teit'. Hij benadrukt daarmee het feit dat de realiteit altijd een codering en interpretatie met zich meebrengt en dus per definitie virtueel is. Castells schat de impact van de nieuwe netwerksamenleving dan ook heel hoog in:

Every cultural expression, from the worst to the best, from the most elitist to the most popular, comes together in this digital universe that links up in a giant, a historical supertext, past, present, and future manifestations of the communicative mind. By so doing, they construct a new symbolic environment. They make virtuality our reality⁸.

Maar ook bij de opkomst van 'oudere' technologieën, zoals de fotografie, werden al gelijkaardige vragen gesteld rond wat echt en wat virtueel is, en wat de impact van nieuwe technologische ontwikkelingen is op de aard en de authenticiteit van een kunstwerk. Deze discussie is tot op vandaag actueel⁹.

Hoe de verhouding tussen het virtuele en reële vandaag ook gepercipieerd wordt, het valt moeilijk te ontkennen dat afgeleiden van reële culturele inhoud vandaag veel eenvoudiger kunnen verspreid worden via ICT. Bovendien biedt ICT ook mogelijkheden om compleet nieuwe inhoud te creëren, de zogenaamde 'digital born content', die in een fysieke wereld niet denkbaar is. Denk bijvoorbeeld aan computerkunst of aan elektronische muziek.

ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK

Beide vormen, gedigitaliseerde cultuur en digitaal geboren cultuur, kunnen momenteel via diverse platforms verspreid worden. Het lijstje in het eerder getoonde schema is daarbij niet exhaustief. De meest voor de hand liggende vorm van digitale cultuurspreiding is een website. Zo was het welbekende **Louvre**¹⁰ al in 1995 online. De website van het Parijse museum telt vandaag miljoenen

Het Parijse Louvre was al in 1995 online. De website van het museum telt vandaag miljoenen bezoekers en evenaart daarmee nagenoeg het aantal bezoekers van het fysieke museum...

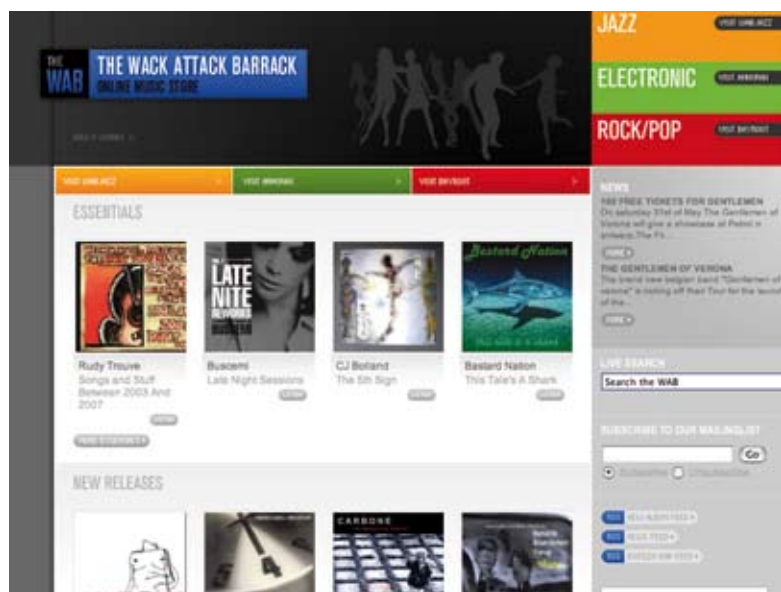
bezoekers en evenaart daarmee nagenoeg het aantal bezoekers van het fysieke museum. Het Louvre vermeldt daarbij dat de online bezoekers zowel mensen zijn die een reëel bezoek voorbereiden en praktische en culturele informatie opzoeken, als mensen die meer wil weten over de uitgebreide collectie van het museum maar daarom nog geen echt bezoek plannen. Dit wil dus zeggen dat het Louvre met zijn online aanwezigheid een grote groep van nieuwe participanten bereikt.

Ook in Vlaanderen wordt het cultuuraanbod steeds meer verspreid via websites¹¹. Een zeer geslaagd voorbeeld daarvan is de website van **MovE** (Musea Oost-Vlaanderen in Evolutie). MovE wil onder meer de *Oost-Vlaamse musea en hun collecties kwaliteitsvol ontsluiten via het internet*. MovE meldt dat de centrale catalogus eind 2007 220.000 objecten bevatte, waarvan bijna 50.000 op het internet zijn gepubliceerd. Daarmee is MovE de grootste online museale objectendatabank van Vlaanderen¹².



Screenshot MovE

Een voorbeeld uit de muziekindustrie is **The Wack Attack Barrack (WAB)**, het eerste onafhankelijke digitale platenlabel in België. WAB verkoopt via iTunes over de hele wereld alternatieve muziek uit Vlaanderen. Er tekenden intussen al meer dan 300 bands bij het Antwerpse label¹³. Het voorbeeld toont aan hoe op het internet nieuwe platforms ontstaan om cultuur bij een publiek te brengen. Het klassieke distributiemodel waarbij muzikkliefhebbers cd's in gespecialiseerde winkels kopen, wordt hier immers compleet onderuitgehaald. WAB-bezoekers kopen hun muziek online en downloaden en beluisteren de muziek op hun pc of mp3-speler.



Screenshot WAB



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

Andere nieuwe platforms waar momenteel druk mee geëxperimenteerd wordt, zijn mobiele devices. Applicaties zoals gsm's, pda's¹⁴, mp3-spelers en gameconsoles worden wereldwijd ingezet om cultuur op een attractieve wijze tot bij de participant te brengen. Een tot de verbeelding sprekend initiatief op dat vlak is **ARCHIE**¹⁵, een project dat onderzoekt hoe pda's ingeschakeld kunnen worden in een museum. De voorbije jaren werd in heel wat musea gebruik gemaakt van audiogidsen om de col-

lectie beter en anders te ontsluiten. De mogelijkheden van een audiogids zijn echter beperkt: dikwijls gaat het om content die niet aangepast is aan de verschillende bezoekersprofielen¹⁶. Het is evenmin een multimediaal kanaal dat naast geluid bijvoorbeeld ook tekst en beeld presenteert. En audiogidsen kunnen de gebruiker ook isoleren. Binnen ARCHIE wordt getracht om voor al deze beperkingen een aangepaste oplossing te bieden.

ARCHIE mobiele interactieve museumgids

ARCHIE is een onderzoeksproject dat een digitale museumgids ontwikkelt op een pda. Het concrete doel van het project: "het ontwikkelen van een prototype voor het Gallo-Romeins Museum dat de bezoeker de kans geeft om op een gepersonaliseerde wijze informatie te verkrijgen over de collectie, dat een stimulans geeft aan de sociale processen van een museumbezoek en dat zorgt voor een continue ruimtelijke en inhoudelijke oriëntatie." ARCHIE zal een collectie ontsluiten op een manier die gepersonaliseerd is (gericht op gebruikersprofielen), locatiegebaseerd (informatie pushen op bepaalde locaties), en sociaal-interactief (via ingebouwde communicatietools en spelelementen). Het project wordt gefinancierd vanuit het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling, de Provincie Limburg en de Universiteit Hasselt. Achter ARCHIE zit een team van informatici, historici en grafische vormgevers. Het project is in 2005 gestart en loopt nog tot 2008.

ARCHIE maakt exclusief gebruik van een pda maar gebruikt daarbij wel het volledige palet van multimedia. Het project situeert zich binnen de erfgoedsector en heeft onder meer een focus op ontsluiting van de collectie bij kinderen (hoewel ook volwassenen tot de doelgroep behoren). ARCHIE richt zich op informatieoverdracht (van museum naar gebruiker), op communicatie (tussen gebruikers) en op een nieuwe vorm van beleving van erfgoed.

Mobiele applicaties:

GSM
PDA
mp3-spelers
Gameconsoles

Internet/www:

e-mail
chat
blogs
websites
games
virtuele werelden

Digitale TV

tekst
audio
foto's
animatie
video
interactie

erfgoed
bibliotheek en letteren
audiovisuele kunst
beeldende kunst
cultuurcentra
amateurkunsten
architectuur en design
muziek
podiumkunsten
jeugd en kinderen
sociaal-cultureel
volwassenenwerk

Informatie
Communicatie
Transactie
Beleving
Creatie

ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



ARCHIE speelt in op een nieuwe manier van museumbeleving. Musea integreren steeds meer ICT en nieuwe media in hun collecties en toepassingen voor bezoekers. Dergelijke inschakeling kan een aantrekkingskracht uitoefenen op een nieuw en jonger publiek. Pda's bieden museumbezoekers de mogelijkheid om informatie op maat te consulteren. Door zelf actief met de informatie om te gaan en in interactie te treden met de museumomgeving kan het pda-gebruik ook een verdiepende functie hebben. Uiteraard dient dan ook diepgaande achtergrondinformatie voorhanden te zijn.

Het innovatieve karakter van een project als ARCHIE situeert zich in de eerste plaats op het instrumentele niveau. Ontsluiten van een collectie is immers altijd een van de kerntaken van een museum. Nu wordt die ontsluiting ondersteund via ICT, waarbij de pda tegelijk fungeert als informatie- en als communicatietool. In het voorbeeld van ARCHIE leidt het gebruik van mobiele apparatuur niet tot sectoroverschrijdende vernieuwing of institutionele veranderingen. Het gaat om een instrument dat in handen is van de organiserende instelling en informatie geeft over wat zich binnen de muren van het museum afspeelt.

In plaats van zelf devices aan de bezoekers aan te bieden kunnen de instellingen ook culturele inhoud verspreiden via apparaten die de beoogde doelgroep zelf al gebruikt. Een voor de hand liggend voorbeeld is het gebruik van een van de meest verspreide apparaten, nl. de gsm. Zo liep in 2004 in Antwerpen een project waarbij bewoners werden uitgenodigd om via korte sms-berichtjes mee te schrijven aan een nieuwe biografie van hun stad. Op 25 plaatsen verspreid over de stad werden mensen aangezet om via sms een impressie over de stad door te sturen (of op te vragen). Samen vormden die impressies een vernieuwende kijk op Antwerpen en zijn bewoners¹⁷.

Een succesvol nog lopend project is 'Murmur', een initiatief rond oraal erfgoed, dat in 2003 in Toronto van start ging. Op bepaalde locaties in de stad is het Murmur-logo aangebracht met daarop een telefoonnummer. Mensen die telefoneren krijgen een persoonlijk verhaal of anekdote te horen over de wijk, straat of precieze plek waar de beller zich bevindt. De plaatselijke gemeenschap wordt uitgenodigd om zelf iets toe te voegen aan het verhaal om ervoor te zorgen dat 'Murmur' ook daadwerkelijk de diversiteit van de buurt weergeeft. De verhalen zijn op een heel persoonlijke manier verteld en geven de luisteraar zo een verrassend en intiem beeld van een bepaalde locatie¹⁸.

Dichter bij huis vinden we het Mobigags-project¹⁹, een Nederlands initiatief dat jongeren uitnodigt om foto's te maken met hun gsm, die op een website up te loaden en daar dan een stripverhaal mee te creëren. De stripverhalen werden achteraf beoordeeld door een jury in een wedstrijdformule.

In de eerder besproken voorbeelden kwamen het crossmediale en platformoverschrijdende aspect van ICT en cultuurparticipatie al geregeld aan bod. Verschillende van die initiatieven brengen inderdaad via diverse media en diverse distributieplatforms culturele content tot bij de gebruiker. Een instelling die deze aanpak tot een missie verhief is de Vlaamse openbare omroep. De vrt experimenteert inderdaad al verscheidene jaren met interactieve formaten, onder meer gericht op jongeren. Daarbij wordt het televisieaanbod telkens aangevuld met andere on- en offline mediacontent. De relatie tussen deze extra content en het tv-programma biedt mogelijkheden om kijkers meer te binden aan het merk vrt.



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



De voorbije jaren zagen binnen de muren van de vrt verschillende crossmediale experimenten het levenslicht. Drie ervan lichten we kort toe:

- **KetnetKick:** 'Ketnet Interactive Community voor Kinderen' is een speelomgeving en webomgeving die de programma's op de zender Ketnet ondersteunt en aanvult. Zeer succesvol bij kinderen. KetnetKick vertrekt vanuit een 3D-spel op cd-rom, ontwikkeld door de vrt en gericht op jongere Ketnetkijkers. Het maakt deel uit van de PC2TV crossmediale producten (PC naar TV) van de openbare omroep. Het spel wordt in diverse zaken aangeboden voor 7,5 euro. Het spel kan ook online aangekocht worden. Vier doelstellingen worden naar voor geschoven: spelen, creëren, communiceren en informeren.

- **16plus:** een soort Vlaamse culturele YouTube waar jongeren eigen creaties (muziek, filmpjes) uploaden en commentaar geven op elkaar.

- **Emma:** fictiereeks voor jongeren die online wordt aangevuld met wat de vrt *casual fiction gaming* noemt: spelen rond de reeks die extra informatie bieden over de plot van het verhaal. Bovendien kon Emma ook gedownload worden op PSP²⁰. De extra informatie omvatte een wolk van 30 websites, blogs en profielpagina's, spelletjes, en extra filmpjes.

De doelgroep van **16+** zijn uiteraard jongeren. De bedoeling is om niet alleen jongeren zelf content te laten creëren, maar ook om jongeren te laten kennismaken met het werk van andere jongeren, die zich met hetzelfde bezighouden en om met hen in discussie te treden. De website kan ook een platform zijn voor het ontdekken van nieuw talent. Op die manier ontdekte EMI vorig jaar Liam Chan. De website biedt ook een reeks tips aan om beeldmateriaal, video en audio te verwerken en te bewerken. Op de site kunnen de jongeren zelf de werken van anderen van commentaar voorzien, wat dikwijls leidt tot gesprekken en artistieke 'kruisbevruichten'.

Mobiele applicaties:

GSM
PDA
mp3-spelers
Gameconsoles

Internet/www:

e-mail
chat
blogs
websites
games
virtuele werelden

Digitale TV

tekst
audio
foto's
animatie
video
interactie

erfgoed
bibliotheek en letteren
audiovisuele kunst
beeldende kunst
cultuurcentra
amateurkunsten
architectuur en design
muziek
podiumkunsten
jeugd en kinderen
sociaal-cultureel
volwassenenwerk

Informatie
Communicatie
Transactie
Beleving
Creatie

ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



Ook rond **Emma** werden kregen de kijkers, uitgaande van de Eén-website, een aantal toepassingen aangeboden. Bezoekers konden de website bezoeken van het fictieve productiehuis waarrond de reeks draait. De website werd continu aangevuld en omvatte ook blog- en myspace-vertakkingen en extra filmpjes. Vanuit de site werd doorverwezen naar een reeks andere websites, onder meer van een fictief televisieprogramma. De sites werden aangewend om een aantal thema's rond gelijke kansen te kaderen, zij het in beperkte mate, en om door te verwijzen naar andere informatie. Op een andere website konden bezoekers meespelen met een moordspel en mee de dader uit het programma zoeken. Tijdens de looptijd van Emma werden verschillende kleine, aan de inhoud van het programma gelinkte spelletjes online geplaatst. De spelen mikten op een jonger publiek. Het gaat hier om 'casual fiction gaming', spelletjes die extra informatie geven over de plot van het verhaal.

Ketnet Kick tenslotte is gefocust op het jongere Ketnetpubliek (6 jaar en ouder). Het spel is opgebouwd als een platformgame, opgebouwd rond de bezetting van de Ketnetstudio door een aantal eigenaardige en gevaarlijke wezens. Het is aan de fans om hun geliefde presentatoren te bevrijden van hun vijanden. Naast de algemene verhaallijn bevat het spel diverse kleinere 'uitdagingen', zoals onder meer een zeepkistenrace. Een van de sterkten van het spel bevindt zich in de variatie voor de spelers. Ketnetkick werd ook deels ontwikkeld vanuit een visie met creatie en educatie in het achterhoofd. De spelers kunnen tekeningen, muziek, dansjes en filmpjes maken. In het spel werd ook een reeks verwerkt van echte filmpjes rond de Ketnetpresentatoren. De zelfgemaakte tekeningen komen ook aan bod op Ketnettelevisie.

Naast ontspanning en creatie, spelen hier participatie en interactie mee in de multiplayer-functie van het spel. Spelers kunnen vrienden toevoegen aan de vriendenlijst en op die manier, wanneer die vrienden online zijn, met meer tegelijk spelen. Op de website van het spel vinden de geïnteresseerden nog een aantal tips, uitleg over de personages en verhaallijnen, filmpjes, wallpapers, avatars en informatie over veilig internetgebruik, alles op kindermaat (de instructies worden bijvoorbeeld via filmpjes gegeven). Met KetnetKick wil de vrt de jongeren ook voorbereiden op interactieve digitale televisie en de verschillende pistes tussen televisie, internet en computergebruik. Na 1,5 jaar was KetnetKick al zo'n 70.000 keer geïnstalleerd, met om en bij de 100.000 geregistreerde gebruikers.





ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

De vrt-initiatieven (zie kaderstuk) passen binnen de crossmediale strategie die de openbare omroep sinds enkele jaren volgt. Daarmee wil hij een pioniersrol vervullen op het vlak van digitale ontwikkelingen en nieuwe media. De initiatieven vanuit de vrt verkennen de diverse nieuwe mogelijkheden: crossmediale toepassingen kunnen gekoppeld worden aan bepaalde televisieprogramma's, bepaalde netten of bepaalde culturele of maatschappelijke opdrachten van de openbare omroep.

De organisatie van projecten van dergelijke omvang vereist bijzondere technologische inspanningen en onderzoekswerk. De vrt wil en moet een pioniersrol vervullen op het vlak van technologische ontwikkelingen binnen media en cultuur. 16+ was op dit vlak een experiment inzake een efficiënt contentmanagementsysteem en een gebruikersvriendelijke interface. Wat het Emma-project betreft, school de innovatie vooral in de combinatie van de verschillende platforms en diensten. KetnetKick is dan weer een online multimedia-applicatie, uitgewerkt op pc. Hiervoor werd ook veel aandacht besteed aan de codering, om de privacy van de jonge internetgebruikers zoveel mogelijk te beschermen.

De hier besproken projecten spelen een belangrijke rol in de perceptie en de opdrachtinvulling van de openbare omroep. Organisatorisch verschuift de openbare omroep van een traditioneel broadcastingmodel (televisie-uitzendingen verspreiden naar een breed publiek) naar een model waarbij de omroep fungeert als een multimediaal doorgeefplatform. De inhoud primeert daarbij op het medium. Content wordt immers crossmediaal verspreid. In de zoektocht naar een breed publieksbereik en in zijn opdracht om een innovatieve rol te spelen, gaat de openbare omroep nieuwe distributiekanaalen en technologieën verkennen. De besproken voorbeelden zijn daar getuige van. Andere zullen volgen.

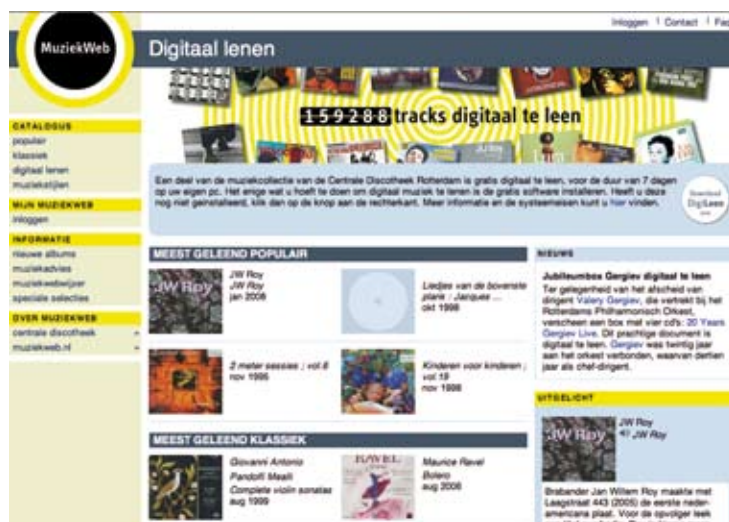
De openbare omroep evolueert van een traditionele broadcaster naar een multimediaal en crossmediaal platform.

Bovenstaande evoluties kunnen geplaatst worden in een breder debat rond de herstructurering van de vrt sinds 2005. De omroep omschrijft daarbij de eigen culturele opdracht als 'gericht op het verbreden en verdiepen van de cultuurparticipatie binnen de gemeenschap'. En dit op drie niveaus: informeren over cultuur, het publiek cultuur laten beleven via het medium zelf en de gebruiker stimuleren tot actieve en/of creatieve participatie²¹.

Naast het nieuwe distributiemodel dat de openbare omroep voor ogen heeft, beginnen ook nieuwe spelers een steeds actievere rol te spelen in de distributie van audiovisuele culturele content. Zo is ruim een jaar geleden de private onderneming Euro1080 met de Vlaamse cultuurzender **EXQI** van start gegaan. Die zender kan vanaf oktober 2007, na het afsluiten van distributieakkoorden met onder meer Telenet en Belgacom, in heel Vlaanderen ontvangen worden. Het programma van EXQI is momenteel opgebouwd rond het dagelijks cultureel magazine 'De Verbeelding' dat elke dag om 18u en later op de avond een tweede keer wordt uitgezonden²².

Ook andere sectoren denken na over nieuwe distributiemodellen. Zo wil het project **DigiLeen** een antwoord bieden op de vaststelling dat de cd-collecties in de bibliotheken steeds minder worden uitgeleend. Online initiatieven als iTunes, maar ook muziekwisseling via P2P-netwerken, zijn ongetwijfeld oorzaken van deze recente evolutie.

ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



Screenshot DigiLeen

maal 70 maal beluisteren. Daarna wordt het bestand als het ware 'vernietigd'.

DigiLeen biedt in haar online collectie vooral klassiek, jazz en wereldmuziek. Er wordt met andere woorden vooralsnog niet geraakt aan het meer commerciële genre, waarvoor uiteraard ook voldoende online alternatieven te vinden zijn. Wel waakt DigiLeen over een van de kerntaken van de bibliotheek: een breed aanbod toegankelijk maken voor een breed publiek. Onlangs nam de Bibliotheek Gent dit initiatief over.

DigiLeen staat voor een selecte collectie materiaal, waarvoor met de auteurs en auteursrechtenorganisaties overeengekomen werd om ze voor het grote publiek beschikbaar te stellen. De 'ontleenbare' collectie omvat vooral alternatieve (en minder populaire) genres. Zowel de individuele nummers als de volledige albums kunnen worden gedownload.



DigiLeen²³, een project van de Centrale Discotheek Rotterdam, biedt de mogelijkheid om een deel van de muziekcollectie digitaal te lenen. Leden van de bibliotheek kunnen hoogwaardige muziekbestanden (256 kbps) downloaden op hun computer. Het gaat om zogenaamde 'tethered downloads'. Concreet kunnen gebruikers de bestanden gedurende een week of maxi-

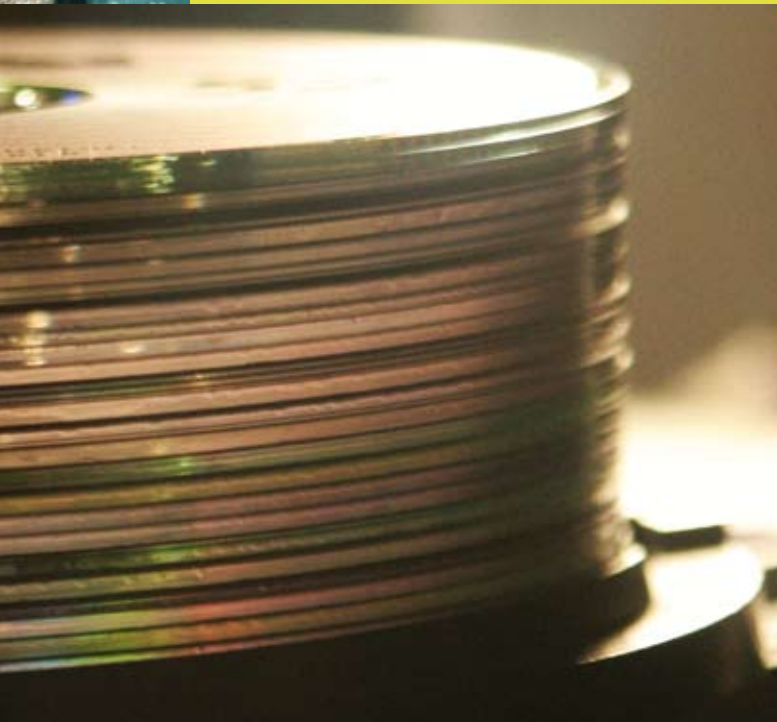
Muziek ontlene via 'tijdelijk beluisterbare downloads', zoals bij DigiLeen, stelt specifieke technologische vereisten. Om de muziek te kunnen lokaliseren (content management/catalogus-systeem) en te kunnen downloaden werd op maat de applicatie 'DigiLeen' ontwikkeld (een programma dat qua look and feel aansluit bij iTunes). Concreet komt het digitale ontlene neer op het downloaden van een muziekbestand van zeer hoge kwaliteit (256 kbps WMA) en het opslaan ervan op de eigen computer. Een vereiste is dat het bestand gecodeerd is. Daarvoor wordt automatisch een sleutel toegezonden aan de gebruiker, waarmee die de muziek gedurende een week lang ofwel maximaal 70 keer kan beluisteren. Na

een week verdwijnt het bestand vanzelf van de computer. Dezelfde codering maakt het onmogelijk om de bestanden over te zetten op een mp3-speler of de bestanden te kopiëren.

In dat opzicht verschilt het DRM-systeem (Digital Rights Management) duidelijk van dat bij het online aankopen van nummers. Bij online verkoop kan het gedownloade bestand meestal gekopieerd worden, op verschillende pc's draaien, getransporteerd worden naar een mp3-speler en/of iPod en kan het ook op cd worden gebrand (voor eigen gebruik).



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



CDs by TJ_fluffy_online© - Creative Commons Attribution-Non-Commercial-No Derivative Works 2.0 Generic 2

Om op een duurzaam en innovatief businessmodel voort te bouwen moeten tenslotte ook de auteursrechtenorganisaties en platenlabels meestappen in het digitale 'ontleen'-verhaal. Vooralsnog lijken de grote labels niet echt mee te stappen en ook de auteursrechtenorganisaties vertonen een vrij ambigue positie: enerzijds juichen ze dergelijke initiatieven toe, anderzijds staan ze erg weigerachtig tegenover concrete afspraken voor een breed en langdurig gebruik. Een systeem als DigiLeen kan door de auteursrechtenorganisaties gezien worden als een uitoefening van het leenrecht, maar het wijkt wel af van dat traditionele recht, wat ook een afwijkend model impliceert (het gaat bijvoorbeeld niet om het fysieke lenen, maar om een tijdelijke reproductie van een origineel muziekbestand).

2.2. ICT en het cultuuraanbod

Terwijl in het voorgaande hoofdstuk, ICT en ontsluitingspraktijken, de nadruk lag op de opportuniteiten van de gebruikte technologie en distributieplatforms, focussen

we in dit hoofdstuk op het culturele aanbod. Biedt ICT mogelijkheden om dat aanbod aantrekkelijker te maken voor de gebruiker? Anders gesteld, welke mogelijkheden heeft een digitaal cultuuraanbod voor het verhogen van de cultuurparticipatie?

In de eerste plaats kan simpelweg gesteld worden dat er eerst een aanbod nodig is, vooraleer er sprake kan zijn van participatie. En het voorzien van dat digitale aanbod blijkt in de praktijk niet altijd evident te zijn. Nochtans is de digitalisering van een deel van het cultureel aanbod niet enkel een kwestie van verhogen van de cultuurparticipatie. In vele gevallen is digitalisering ook de enige weg naar een duurzaam behoud van bepaalde inhoud. Zo rekende men binnen het Europese **Presto-project**²⁴ uit dat binnen de Europese omroeparchieven ongeveer 50 miljoen uur aan audiovisueel archiefmateriaal door verval, fragiliteit of veroudering in gevaar zou zijn. De totale prijs om dit materiaal om te zetten naar nieuwe media zou ongeveer 10 biljoen euro bedragen.

Een eerste problematiek hier is de vaststelling dat men niet alles kan digitaliseren. Dat is niet haalbaar en niet wenselijk. Selectiecriteria voor digitalisering kunnen op verschillende manieren worden ingevuld. Enerzijds kunnen experts oordelen welke inhoud het meest in aanmerking komt om te digitaliseren, hetzij om kunsthistorische, artistieke, wetenschappelijke of maatschappelijke redenen. Anderzijds kunnen ook economische criteria gehanteerd worden. Zo gebruikt het Nederlands Muziekarchief **FONOS** een model waarbij de 'klant' de digitalisering betaalt. Tot de collectie behoort onder meer een enorme collectie originele lp's. FONOS kan die uiteraard niet allemaal digitaliseren en gebruikt daarom het model waarbij een elpee op vraag van een koper gedigitaliseerd wordt²⁵.

ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



Het digitaliseringsproces vereist ook dat de digitale objecten voorzien worden van metadata (beschrijvende data). Dat is nodig om de objecten in de ontsluitingsfase te kunnen opzoeken en te verbinden met elkaar. Het probleem is echter dat heel wat van de aanwezige content voorzien is van zeer gebrekkige metadata²⁶ of dat de bestaande metadata, op papier of in oudere computerbestanden, niet volgens een bepaalde standaard zijn opgesteld en dus nog verdere vertaling vereisen bij de transformatie naar hedendaagse databanken²⁷. Rond deze problematiek van metadata lopen momenteel verschillende onderzoeksprojecten in de Vlaamse culturele sector. Zo richt het **Erfgoed 2.0-project** zich op de ontwikkeling van een generiek metadatamodel voor de Vlaamse erfgoedsector²⁸. Het project **Pokumon** doet een gelijkaardig onderzoek in het kader van de ontsluiting van captaties binnen de podiumkunsten²⁹.

Naast het digitaliseren van culturele inhoud en het voorzien van metadata dient de inhoud ook nog op zinvolle wijze verbonden te worden met gelijkaardige inhoud. Slechts dan kan men spreken van een rijk digitaal culturaanbod. Een voorbeeld kan veel duidelijk maken. Stel dat een gebruiker informatie opzoekt over een bepaalde dansvoorstelling dan zou het zinvol en aangenaam zijn om de gebruiker informatie te geven over de dansvoorstelling zelf (wie zijn de actoren, wat is de achtergrond) maar ook bijkomende informatie eventueel afkomstig van andere bronnen (in welke stukken hebben de betrokkenen nog gedanst, interviews met de choreograaf, beeldmateriaal, enz.). Op die manier kan men echt spreken van een verdiepende cultuurparticipatie. Uiteraard vereist dergelijke ontsluiting van rijke inhoud een samenwerking binnen de sector. Contenteigenaars moeten bereid zijn om hun data beschikbaar te stellen en te delen.

Een voorbeeld van een samenwerkingsmodel binnen een culturele sector is de '**Erfgoedsite**'³⁰, een gezamenlijk initiatief van de voormalige steunpunten Culturele Biografie Vlaanderen en Vlaams Centrum voor Volkscultuur, sinds 2008 verenigd in FARO, Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed³¹. Deze website 'presenteert het cultureel erfgoed in Vlaanderen naar een breed publiek, informeert over erfgoedinstellingen (archiefinstellingen, musea, bewaarbibliotheken) en erfgoedverenigingen, signaleert interessante websites en zet nieuwe ontwikkelingen in de kijker'. In het algemeen scoort de erfgoedsector vrij hoog in het opzetten van distributieplatforms voor digitale content³². Uiteraard hangt dat ook samen met de accenten die binnen deze sector worden gelegd, met op de eerste plaats bewaring en voorts ontsluiting en gemeenschapsvorming³³.



Screenshot Erfgoedsite

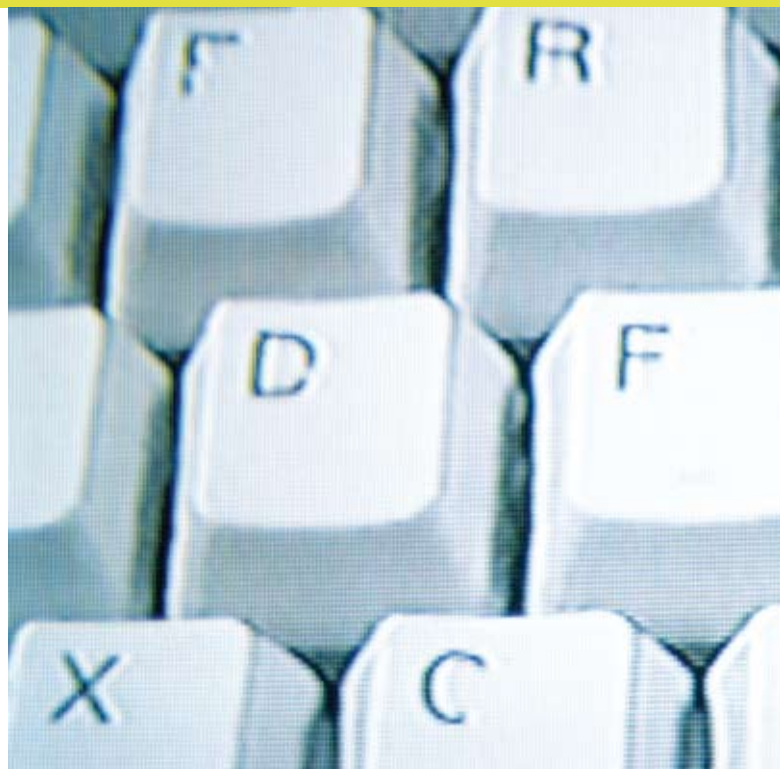


ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

Niet alle sectoren zetten de stap naar een digitaal cultuuraanbod even snel en met evenveel succes. En zelfs binnen de sectoren zijn er duidelijke verschillen. In Vlaanderen kan men een aantal koplopers onderscheiden, dikwijls grote huizen (genre de Vooruit in Gent, deSingel in Antwerpen, de AB in Brussel), maar de grote meerderheid van de sector neemt eerder een afwachtende houding aan. Oorzaken van deze houding zijn onder meer een gebrek aan infrastructuur, aan kennis, gespecialiseerd personeel en tijd en daarmee samenhangend een gebrek aan gedurfde ideeën en innovatieve visies. Nochtans blijkt de sector wél duidelijk in het potentieel van ICT te geloven³⁴.

Aan deze visieontwikkeling wordt intussen hard gewerkt. De eerder geciteerde publicatie *E-cultuur. Bouwstenen voor praktische beleid*³⁵ plaatst zichzelf expliciet in dit proces van sensibilisering, debat en stimuleren tot visieontwikkeling. De publicatie kadert in het beleidsvoorbereidende e-cultuurtraject van de Vlaamse Overheid. Ook binnen de verschillende sectorale steunpunten krijgt het thema ICT en cultuurparticipatie aandacht. Dit resulteerde recent in een gezamenlijke weblog rond e-cultuur met volgende specifieke doelstelling:

De e-cultuur groepweblog ontstaat uit de behoefte om de voortdurende en snelle ontwikkelingen binnen e-cultuur op te volgen en om een gemeenschappelijk platform te bieden waar makers, bemiddelaars, bibliothecarissen, archivariissen, ontwikkelaars, theoretici, beleidsmakers en iedereen die interesse heeft in e-cultuur elkaar kan ontmoeten.³⁶



Naast de verschillen in visie op e-cultuur, heeft elke sector ook zo zijn specifieke achterliggende doelstellingen inzake creëren en onderhouden van een digitaal cultureel aanbod. Zo vermeldt een recent onderzoek in Nederland dat binnen de podiumkunsten digitalisering vooral in het teken staat van een efficiënte bedrijfsvoering (uitwisseling van informatie tussen gezelschappen, verbeteren van podiumtechniek, planning) en het vergroten van het publieksbereik (via digitale promotie). Binnen erfgoed zou de nadruk sterk liggen op het vergroten van het publieksbereik. De bibliotheeksector in Nederland richt zijn pijlen dan weer onder meer op de vertaling van traditionele diensten naar digitale alternatieven³⁷.

In Vlaanderen bestaan intussen binnen de diverse culturele subsectoren verschillende projecten die zich richten op het digitale culturele aanbod en de diverse problematieken die daar mee verweven zijn. Enkele voorbeelden ter illustratie.

ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



Binnen de podiumkunsten werd in 2007 het project **Pokumon**³⁸ (Podiumkunsten Multimediaal Ontsloten) opgestart. Pokumon richt zich op de vereenvoudiging van de online distributie en archivering van multimedia binnen de podiumkunsten. Partners in het project zijn onder meer het Koninklijk Ballet van Vlaanderen, Bijloke Muziekcentrum, deSingel, Vlaamse Opera, de Filharmonie, Troubleyn, Rosas, Muziekcentrum Vlaanderen, FARO en Vlaams Theater Instituut. Samen met verschillende IBBT onderzoeksgroepen worden generieke oplossingen uitgewerkt om de digitale distributie van captaties binnen het podiumkunstendomein te ondersteunen.

Binnen de erfgoedsector werd het **Move-project** van de provincie Oost-Vlaanderen al eerder genoemd. Ook de provincie Limburg heeft een ambitieus project op het getouw staan. Het project **ErfgoedLimburg.be** omvat de creatie van een digitale erfgoeddatabase. Het project wil gegevens rond het Limburgse cultureel erfgoed samenbrengen, verbanden leggen tussen de verschillende erf-

goedobjecten, zodat het erfgoed een ruimere betekenis en context krijgt, en al die informatie gebruikersvriendelijk ontsluiten. Het project zal dienen als werkinstrument voor provinciale beleidsverantwoordelijken, gemeentebesturen, onderzoekers, toerisme en onderwijs, en iedereen met interesse voor erfgoed³⁹.

In de muzieksector werd recent het '**Muziekarchief**' gelanceerd. Dat is een project van Muziekcentrum Vlaanderen, vrt, SIMIM⁴⁰ en IFPI-VBelgium⁴¹. Vanuit een gezamenlijke bekommernis om de bewaring van het Vlaamse muzikale erfgoed, werd een inventaris gemaakt van Vlaamse muziek. Muziekarchief.be is een website die een databank ontsluit met daarin uitgebreide informatie over muziek in Vlaanderen. Naast de centrale digitale catalogus willen de projectpartners het project graag uitbreiden met bijkomende stappen. Een eerste doelstelling betreft het digitaliseren van het muzikale erfgoed. Daarnaast wordt gedacht aan een aanbod van luisterfragmenten voor het brede publiek. De projectpartners melden echter dat voor de realisatie van deze bijkomende stappen momenteel onvoldoende financiële middelen voorhanden zijn⁴².

Ook in de bibliotheeksector werd, onder impuls van het sectorale steunpunt VCOB, recent een aantal veelbelovende initiatieven gestart. De Vlaamse experimenten met het Nederlandse DigiLeen-model werden eerder al vermeld. In december 2007 werd vanuit het VCOB de koppeling van **Open Vlacc** aan Librarything gemeld. Open Vlacc is de Vlaamse Centrale Catalogus die beschrijvingen bevat van alle boeken, tijdschriften, tijdschriftartikelen, video's en cd-roms uit de collectie van zes grote Vlaamse openbare bibliotheken: Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Hasselt en Leuven. Andere Vlaamse bibliotheken kunnen deze beschrijvingen overnemen. Op die manier wordt heel wat werk uitgespaard⁴³. VCOB koppelde die Open Vlacc recent aan de online applicatie **Librarything**⁴⁴.



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

Dat is een website die je in staat stelt je eigen virtuele boekenkast samen te stellen. De bedoeling is dat je de omschrijvingen van je eigen boeken ingeeft in het systeem. Andere gebruikers, die eenzelfde boek bezitten, kunnen dan gebruik maken van jouw beschrijving. Door het toevoegen van Vlac kunnen Vlaamse boekenliefhebbers in een klap beroep doen op de vele duizenden bibliografische beschrijvingen van de Vlaamse bibliotheeksector. Daarnaast is Librarything ook een wereldwijde gemeenschap rond boeken. Mensen kunnen besprekingen, commentaren, e.d. uitwisselen.

Naast deze projecten binnen de verschillende sectoren biedt ICT uiteraard ook de mogelijkheid om over de subsectoren heen samen te werken. In 2008 werd in Vlaanderen op dat vlak een belangrijke stap gezet met de lancering van het project **'Bewaring en Ontsluiting van Multimediale Data in Vlaanderen' (BOM-VL)**. Het is een project dat (digitale) audiovisuele data vanuit de Vlaamse erfgoed-, cultuur- en mediasector toegankelijk wil maken. BOM-VL wil generieke oplossingen aanreiken om audiovisueel erfgoed op lange termijn oordeelkundig te bewaren, doorzoekbaar te maken en te ontsluiten.

Een steeds weerkerend aandachtspunt binnen dergelijke projecten en binnen het aanbieden van een digitaal cultureel aanbod in het algemeen, betreft de auteursrechten. In principe moet een auteur altijd toestemming geven wanneer culturele inhoud verspreid wordt via een digitaal platform⁴⁵. Bij bepaalde culturele inhoud zijn de betrokkenen echter zo talrijk dat opsporen, contacteren en toestemming vragen aan al de betrokken personen onbegonnen werk is⁴⁶. Bovendien lijkt het huidige auteursrecht absoluut niet aangepast aan de digitale omgeving. Auteurs zelf kunnen ook een dubbelzinnige houding hebben ten aanzien van die digitale context. Enerzijds geeft

een platform als internet hen ongekende mogelijkheden om hun werk te verspreiden en bekendheid te verwerven. Anderzijds zet publicatie op het internet de deuren wagenwijd open voor namaak, piraterij en auteursrechtelijke inbreuken. Met die tegenstelling in het achterhoofd werden tussenoplossingen gecreëerd. Licenties zoals Creative Commons⁴⁷ bieden auteurs de mogelijkheid om op flexibele manier met auteursrechten om te gaan. Auteurs kunnen bijvoorbeeld beslissen of hun werk voor commerciële doeleinden gebruikt mag worden en of hun creatie bewerkt mag worden door anderen⁴⁸.

Naast de digitalisering van een cultureel aanbod en de daarmee samenhangende uitdagingen (kosten, kennis, rechten, enz.) kan het gebruik van ICT ook leiden tot nieuwe culturele vormen. Een tot de verbeelding sprekend project in dit verband was **Paola246**, een virtuele theaterproductie in opdracht van het Antwerpse theaterhuis HETPALEIS.



ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



Paola246 was een virtuele theaterproductie van HETPALEIS en CHIPS vzw in een regie van Stefan Perceval (lente 2007). De productie ging over Paola, de tieneractrice Silke Becu, die op zoek was naar haar moeder en via verschillende kanalen verslag uitbracht over deze zoektocht. Het stuk speelde zich dus niet af in de zalen, maar op verschillende kanalen op het internet. Zo had Paola een eigen weblog, een plaats op YouTube, Flickr en Twitter. Via die kanalen werd het verhaal verteld van Paola, het hoofdpersonage. Kijkers konden

zien en lezen hoe Paola een zoektocht naar haar moeder onderneemt. Niet alleen de verspreiding en het verhaal waren daarmee atypisch, ook is Paola een interactief project: door middel van commentaren, reacties en bijschriften bij de blogs en filmpjes, kunnen de kijkers zelf mee vorm geven aan het verhaal. Het verhaal werd chronologisch en in fragmenten verteld. Kijkers konden gaandeweg meer verdiept raken in het verhaal van Paola en in elk filmpje werd een nieuw verhaalelement aangebracht. Paola 246 verwijst naar de 'online-identiteit' van het personage. Bezoekers wisten in eerste instantie niet of het om fictie of realiteit ging, en stuurden via hun reacties op de verschillende kanalen de productie zelf in een bepaalde richting. De interactiviteit was met andere woorden bijzonder groot.

Mobiele applicaties:

GSM
PDA
mp3-spelers
Gameconsoles

Internet/www:

e-mail
chat
blogs
websites
games
virtuele werelden

Digitale TV

tekst

audio

foto's

animatie

video

interactie

erfgoed

bibliotheek en letteren

audiovisuele kunst

beeldende kunst

cultuurcentra

amateurkunsten

architectuur en design

muziek

podiumkunsten

jeugd en kinderen

sociaal-cultureel
volwassenenwerk

Informatie

Communicatie

Transactie

Beleving

Creatie

Het project Paola 246 werd expliciet opgezet als een zoektocht naar publieksverbreding. De virtuele kanalen waren daarbij, zoals dikwijls in de culturele sector, niet enkel promotie-instrumenten om meer mensen naar een reële voorstelling te lokken maar dragers van de voorstelling op zich.

HETPALEIS, een Antwerps theaterhuis voor kinderen en jongeren, experimenteert al langer met virtuele kanalen. Zo biedt het huis al geruime tijd weblogs, podcasts en webkwesties (geleide zoektochten op internet) aan. Met een productie als Paola246 hadden de makers het voor-

deel dat ze technologisch zo ver en breed konden gaan als ze zelf wensten. Er werd voortgebouwd op bestaande webkanalen, en de enige vereisten voor de eindgebruikers waren een breedbandaansluiting, een computer en kennis van een aantal bestaande web 2.0.-toepassingen. De kosten van een productie van dergelijke omvang liggen een stuk lager dan bij een traditionele theaterproductie. Dit is ook een vereiste, aangezien er geen inkomsten zijn langs de kant van de bezoeker, die in dit geval een internetgebruiker is.



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

Innovatief is dat de content hier niet langer uitsluitend via één drager verspreid werd, maar via verschillende kanalen, afgestemd op de eindgebruiker. Met Paola246 werd ook een nieuwe vorm van cultuurparticipatie beoogd. Het project heeft op zich weinig uitstaans met het traditionele theater, maar het kan wel een belangrijke katalysator zijn voor het aantrekken van een nieuw publiek. In tweede instantie toont Paola246 hoe binnen het traditionele theatercircuit geëxperimenteerd kan worden met nieuwe technologieën en nieuwe media.

2.3. ICT en de participant

De cultuurparticipant kan de digitale omgeving op verschillende manieren betreden, in de eerste plaats om zich te informeren over het culturele aanbod. Survey-onderzoek in 2004 binnen het Steunpunt Re-creatief Vlaanderen toont aan dat in een tijdspanne van zes maanden meer dan een vijfde van de respondenten via internet informatie opzocht over muziek. Iets minder dan een vijfde zocht informatie op over films. Hetzelfde onderzoek gaf ook inzicht in de mate waarin respondenten het internet gebruiken om cultuur daadwerkelijk te beleven. Een opvallend resultaat is dat bijna een kwart van de respondenten aangaf via het internet naar muziek te luisteren⁴⁹. Maar ook activiteiten als het online aankopen van 'culturele producten', het communiceren over cultuur in een digitale ruimte en zelf creatief bezig zijn in een virtuele omgeving lijken steeds populairder te worden.

Aanbieders van digitale cultuur dienen dan ook rekening te houden met deze evolutie en kunnen hun website niet langer beschouwen als een soort digitale folder waar en-

kel algemene informatie te vinden is over het aanbod. Een speler die deze boodschap duidelijk begrepen heeft is **deSingel**. Het Antwerpse cultuurhuis is één van de grote kunstencentra in Vlaanderen. "deSingel wil een grootschalige en vitale kunstencampus zijn, die hoogkwalitatieve, hedendaagse en internationale kunst presenteert, produceert en ontsluit voor een zo breed mogelijk publiek. De kunstdisciplines waarvoor het huis zich engageert zijn theater, dans, muziek en architectuur."⁵⁰

Op het vlak van ICT is deSingel een van de koplopers in Vlaanderen, onder meer wat betreft de functionaliteit die via de website wordt aangeboden. Zo kunnen bezoekers op de website tickets aankopen (van zelf zetels kiezen in de zaal tot betaling van de tickets), multimediale inhoud krijgen bij het programma-aanbod, en zelf commentaren achterlaten bij het programma-aanbod. De voordelen van het samenbrengen van de verschillende culturele activiteiten onder één koepel en één webplatform is dat cultuurliefhebbers aangesproken kunnen worden door meer dan één activiteit. Op die manier kunnen linken gelegd worden over de activiteiten heen. De website in haar huidige vorm lijkt vooral het cultuurminnend en geïnteresseerd publiek aan te spreken.

Dergelijke rijke culturele webplatforms waarin verschillende functionaliteiten vervat zijn, richten zich echter nog hoofdzakelijk op het aantrekken van bezoekers naar de fysieke voorstellingen. En dat is een wereldwijd fenomeen. Zelfs internationale koplopers, zoals het Londense **Tate museum**, geven aan dat de belangrijkste doelstelling van de website (Tate online) het aantrekken is van

ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



extra bezoekers naar de reële galerijen⁵¹. In een studie waarin verschillende Vlaamse en internationale experts werden bevraagd, onder meer rond deze kwestie, wordt dan ook besloten:

Het moge duidelijk zijn dat de meest gebruikte toepassing binnen het domein van e-cultuur de virtuele cultuurmarketing is. Binnen de culturele sector worden nieuwe media onder meer beschouwd als extra instrumenten, naast de reeds bestaande, om meer mensen naar het fysieke culturele aanbod te leiden.⁵²

ICT biedt echter meer mogelijkheden dan dat. Via ICT kunnen cultuurparticipanten immers ook zelf content gaan creëren. Een schitterend internationaal voorbeeld van dat soort van functionaliteit, inclusief het aanmoedigen van creativiteit bij de gebruikers, is de website van Victoria & Albert.

Het **Victoria & Albert Museum (V&A)** in Londen is wellicht het grootste museum voor toegepaste kunst ter wereld. In 2006 bezochten om en bij de 2,4 miljoen mensen het museum. Maar ook het online aanbod van V&A is indrukwekkend. Enerzijds beschikt het museum over ruime fondsen en personeel om dit aanbod uit te werken. Aan de andere kant is dit aanbod gebaseerd op een duidelijke visie op ICT en de bezoeker, en een vruchtbare samenwerking tussen de educatieve dienst en de multimedia-dienst binnen het museum.





ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



Victoria & Albert by wallyg - Creative Commons Attribution-Non-Commercial-No Derivative Works 2.0 Generic

De website van het **V&A** biedt veel meer dan alleen praktische informatie omtrent een mogelijk museumbezoek. Het **www**-platform vormt een toegangspoort voor een hele reeks informatieve, educatieve en ontspannende segmenten en biedt een schat aan informatie voor bezoekers, geïnteresseerden, scholen en een breder publiek. De informatie op de uitgebreide website is ingedeeld volgens de categorieën van de collectie (research, architectuur, Azië, etc). Binnen elk van die categorieën kunnen verschillende toepassingen bestaan.

De online catalogus geeft bijvoorbeeld een overzicht van alle te bezichtigen collecties. De objectcatalogus is een variant, specifiek gericht op de artefacten zelf. Elk object is voorzien van grondige en duidelijke informatie over vindplaats, geschiedenis, creatie, kunstenaar enz. Informatie komt echter niet alleen tot uiting via traditionele tekst met beeldmateriaal. De database bevat een zeer groot aantal raadpleegbare foto's en tekeningen. Dikwijls wordt de content ook ondersteund met geluidsfragmenten of filmpjes. Specifieke en up-to-date informatie kan gevonden worden op blogs rond specifieke thema's, objecten of artiesten. De schilderwerken kunnen uiterst gedetailleerd onder de loep genomen worden: de werken kunnen 'gescand' worden op bepaalde elementen, personen, kleuren enz.; de schilderijen kunnen worden vergeleken, een tijdslijn is voorhanden, etc. Een andere toepassing zijn de interactieve kaarten en tijdslijnen, via de welke de informatie dan aangeboden wordt. De website wil ook meer doen dan alleen de informatie aanbieden. Ze wil een doorgeefluik zijn om verder te lezen, te leren en musea te bezoeken, onder meer door het aanbieden van interessante links, tips en literatuurlijsten.

In de online shop kunnen naast boeken, cd's en dvd's omtrent de

Mobiele applicaties:

GSM
PDA
mp3-spelers
Gameconsoles

Internet/www:

e-mail
chat
blogs
websites
games
virtuele werelden

Digitale TV

tekst
audio
foto's
animatie
video
interactie

erfgoed
bibliotheek en letteren
audiovisuele kunst
beeldende kunst
cultuurcentra
amateurkunsten
architectuur en design
muziek
podiumkunsten
jeugd en kinderen
sociaal-cultureel
volwassenenwerk

Informatie
Communicatie
Transactie
Beleving
Creatie

ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



collecties ook heel wat artefacten, kunstwerken en kledingstukken gekocht worden, van sleutelhangers tot ringen, hoeden en schilderijen. Bezoekers kunnen ook online workshops, seminars of lezingen boeken, individueel of in groepen. Het museum organiseert dan ook een hele reeks evenementen (zoals elk weekend een brunch met jazzmuziek), activiteiten, workshops, speciale tentoonstellingen en 'community projects'. Rond bepaalde tentoonstellingen werden podcasts gelanceerd, er bestaat een mogelijkheid om diverse e-cards te versturen of om deel te nemen aan wedstrijden. Wallpapers en screensavers kunnen worden gedownload. De online-fotocollecties kunnen worden doorzocht en gekopieerd of afgeprint. Foto's met een hogere resolutie kunnen, weliswaar tegen vergoeding, besteld worden. Een ander element dat duidelijk naar vorkomt, zijn de interactie en 'sharing'-mogelijkheden die de website biedt. Via 'visitor's voices' kunnen bezoekers ervaringen delen en opmerkingen en commentaar posten, waarop andere bezoekers dan weer kunnen reageren.

Naast het informatieve en interactieve is ook het creatieve luik duidelijk aanwezig. Rond een aantal tentoonstellingen worden bezoekers aangezet zelf kledingstukken, naamkaartjes en posters te ontwerpen, filmpjes te maken en door te sturen, zelf een design uit te werken, enz. Voor kinderen is rond specifieke thema's een aantal spelletjes gecreëerd, zoals een variant op het bekende Memory. De spelletjes zijn steeds voorzien van educatieve of informatieve accenten.

Bijzondere aandacht wordt geschonken aan het onderwijs. Een speciale sectie voor onderwijs en onderwijspersoneel geeft toegang tot informatie en lespakketten. Voor scholen wordt bijvoorbeeld gewerkt met 'webquests', waarbij scholieren door het gebruik van websites het antwoord op een vraag moeten vinden.

Projecten als deze kunnen zowel een verbredende als verdiepende en vernieuwende werking hebben op het publiek. V&A wil ICT en cultuur duidelijk op zo'n manier verbinden dat de diverse functies op basis van ICT geïntegreerd worden binnen een museumbeleving, zonder dat daarbij afbreuk wordt gedaan aan de traditionele doelstellingen: tonen, beleven, informatie, educatie. Het gaat hier vooral om het versterken van de bestaande doelstellingen, door interactie en creatie te integreren en door de informatie op een andere, afwisselende manier te presenteren. De traditionele rol van museum als 'displayer' van collecties, objecten, vergezeld van informatie verschuift naar museum als een belangrijk educatief en informatief instrument, voor het grote publiek, maar

inspelend op diverse doelgroepen. Belangrijk is ook dat de online-toepassingen van het V&A geen directe link hebben met een museumbezoek. Het gaat dus niet om een virtuele gids of voorbereiding op het museum, met de website als publiciteitskanaal maar om het aanbieden van grote hoeveelheden informatie op een zo divers mogelijke wijze. Dergelijke vaststelling hangt uiteraard samen met het feit dat de collecties gratis toegankelijk zijn. Toepassingen als delen van informatie en zelf tips, artefacten en kennis aanbrengen, doorbreken dan wel het 'normale' patroon van museumbeleving, het onderscheid tussen de deskundige en de bezoeker, blijft in deze gehandhaafd.



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

In het voorbeeld van V&A kan de gebruiker zelf content gaan creëren. Dikwijls wordt deze activiteit geplaatst onder de soms verwarrende en brede noemer van 'user generated content'. Gebruikers kunnen immers op vele manieren zelf inhoud gaan toevoegen of creëren: door zelf de inhoud te gaan interpreteren en ordenen via het toekennen van trefwoorden, het zogenaamde 'tagging'⁵³, door het becommentariëren van bestaande inhoud, door het herwerken van bestaande informatie (vb. fotomanipulatie of muziek remixen), door zelf inhoud te creëren⁵⁴.

Wereldwijd experimenteren culturele instellingen met het gebruik van dergelijke zogenaamde web 2.0 toepassingen⁵⁵ om de gewone cultuurparticipant nauwer te betrekken bij de werking. Er blijkt echter ook een keerzijde te bestaan. Wanneer gebruikers steeds meer gaan bepalen wat (cultureel) waardevol is en de culturele norm gaan vastleggen, kan men zich inderdaad vragen gaan stellen. Bepaalde waarnemers spreken in dat verband zelfs van een 'bedreiging van onze cultuur'⁵⁶. Verschillende experts geven aan dat het toch belangrijk is om de rol van experts en culturele gatekeepers te vrijwaren. Jemima Rellie van Tate Online benadrukt dat beide modellen — het ene waarbij de cultuurexperten de bezoeker door het aanbod gidsen, het andere waarbij de participanten elkaar de weg wijzen — parallel kunnen lopen. De bestaande expertise die cultuurhuizen hebben opgebouwd, moet volgens Rellie zeker gekoesterd worden⁵⁷.

Verschillende actoren die experimenteren met 'user generated content' hopen zo hun publiek te kunnen binden

aan hun instelling. Zij trachten een soort 'cultural community' te creëren, een groep van trouwe gebruikers die elkaar onderling stimuleren om intensief gebruik te maken van het culturele aanbod. In het voorjaar van 2007 presenteerde het Gentse **Kunstencentrum Vooruit** een nieuwe website waarin deze community-idee vervat zit⁵⁸. Op de website kunnen gebruikers zelf een pagina creëren waar zij onder meer een agenda kunnen bijhouden van bekeken of geplande voorstellingen, voorstellingen kunnen aanbevelen aan anderen, een recensie schrijven, foto/audio/video toevoegen⁵⁹.

Een andere trend in de zoektocht naar het virtuele cultuurpubliek is de toenemende personalisering. In een digitale cultuurruimte is het immers mogelijk om gebruikers steeds meer informatie op maat aan te bieden. Bepaalde websites maken nu al gretig gebruik van die mogelijkheden. Zo biedt de online boekenshop **Amazon** haar klanten suggesties aan op basis van eerder gekochte boeken en op basis van het aankoopgedrag van gelijkaardige klanten⁶⁰.

Al deze nieuwe evoluties bieden de cultuurliefhebber absoluut meer mogelijkheden om de culturele interesse te verbreden en verder uit te diepen. De hamvraag blijft echter of de digitale cultuurruimte ook nieuwe publieken kan aantrekken. Een veelbelovend initiatief in deze context is **BBOT** (zie kaderstuk).

ICT EN CULTUURPARTICIPATIE: DE PRAKTIJK



BNA-BBOT (Bruxelles Nous Appartient – Brussel Behoort Ons Toe) is een VZW/ASBL die in 2000 werd opgericht met als doel een ander beeld van Brussel te creëren en mensen dichterbij elkaar te brengen. Het is een sociaal-artistisch project dat Brusselaars ertoe aanzet om gesprekken met elkaar op te nemen en die opnamen archiveert en verspreidt. De gesprekken kunnen zowel online (website) als offline (in de fysieke verhalenwinkel in de Lakensestraat) worden beluisterd. Het doel is mensen laten meewerken aan een nieuw beeld van Brussel, een bron van informatie over hoe het leven in Brussel er vandaag echt aan toegaat. Het project wordt gesteund door diverse overheden. Op Vlaams niveau is er steun van de Vlaamse Gemeenschapscommissie en van de Vlaamse Gemeenschap.

Mobiele applicaties:

GSM
PDA
mp3-spelers
Gameconsoles

Internet/www:

e-mail
chat
blogs
websites
games
virtuele werelden

Digitale TV

tekst

audio

foto's

animatie

video

interactie

erfgoed

bibliotheek en letteren
audiovisuele kunst
beeldende kunst
cultuurcentra
amateurkunsten
architectuur en design
muziek
podiumkunsten
jeugd en kinderen
sociaal-cultureel
volwassenenwerk

Informatie

Communicatie

Transactie

Beleving

Creatie

De klemtoon ligt op creatie door participatie. Gebruikers kunnen anoniem gesprekken opnemen en geïnteresseerden kunnen die, onbeperkt en zonder vergoeding, beluisteren. Iedereen die wil kan een koffer ontlend en met vrienden, kennissen of onbekenden een gesprek aangaan. In de databank zitten ondertussen meer dan 1.000 verhalen. Gebruikers komen in contact met de verhalen via de website of de Verhalenwinkel in de Lakenstraat in Brussel. Daar worden de materialen bewaard, wordt publiciteit verspreid voor het initiatief (onder meer door de mogelijkheid om dag en nacht een klankband te horen door buiten op een knop te drukken) of evenementen georganiseerd. Evenementen zijn bijvoorbeeld een 'dag van de klank', luister rondes of workshops (bijvoorbeeld radio- en animatieateliers voor jongeren uit het Klein Kasteeltje). In de studio worden de materialen klaargemaakt voor gebruik en verspreiding, worden ze voorzien van een 'tag' en in de databank opgenomen. De opgenomen verhalen worden vergezeld van een korte samenvatting. De verhalenwinkel is één namiddag per week geopend.

Ook werd vorig jaar een aantrekkelijk ogende en gebruikersvriendelijke website gelanceerd. Bezoekers krijgen er sinds maart 2006 toegang tot de databank met verhalen. De database bevat momenteel 1168 verhalen. Sinds de lancering van de website werden aanzienlijk meer verhalen beluisterd. Het grootste gedeelte van de informatie uit de verhalenwinkel is online te vinden, met uitzondering van een aantal montages. Verhalen zijn opgenomen in wav-formaat.

De beluisterde gesprekken kunnen door de bezoekers becommentarieerd worden. Luisteraars kunnen ook zelf compilaties van fragmenten maken en beluisteren. Op de site vinden gebruikers ook een agenda, nieuwe of spraakmakende fragmenten die in de schijnwerpers staan en een aantal links.

Om de verhalen dichterbij de mensen te brengen, richt de organisatie ook extra evenementen in waarbij de verhalen tot bij het publiek komen: een 'UFO' vertelt boeiende verhalen, 'De Verhalenfiets' vertelt en neemt gesprekken op en in het 'Bed d'amour' worden intieme verhalen verteld.

De verschillende cases die in dit hoofdstuk werden toegelicht, geven een kijk op hoe ICT de ontsluitingspraktijken, het aanbod en de participatie kan beïnvloeden. In het volgende hoofdstuk bespreken we vanuit deze cases

en vanuit gesprekken die gevoerd werden met diverse experts, een aantal knelpunten en drempels inzake het actief gebruik van ICT voor cultuurparticipatie.



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



cadance by Haags Uitburo - Creative Commons Attribution-Non-Commercial-Share Alike 2.0 Generic 2

DREMPELS VOOR EEN ACTIEF GEBRUIK VAN ICT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



De inzet van ICT in de culturele ruimte is niet vanzelfsprekend. Zowel aan de aanbodzijde als aan de gebruikerszijde stellen zich diverse uitdagingen. Hieronder volgt, op basis van een bevraging van een aantal experts binnen het domein van ICT en cultuurparticipatie, toelichting bij die uitdagingen. Tot slot geven de experts ook hun mening met betrekking tot de mogelijkheden voor participatieverhoging via ICT.

3.1. Uitdagingen

Een eerste belangrijke drempel of uitdaging voor een succesvolle digitale cultuurruimte betreft de noodzaak aan een digitaal cultuuraanbod dat breed genoeg is om enige participatiegroei te kunnen verwachten. Jeroen Walterus, projectmanager binnen FARO, het Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed en een van de experts die voor dit rapport werden geconsulteerd: "Voor de erfgoedsector stelt zich een probleem aan de aanbodzijde, met name de achterstand wat digitalisering betreft, de ontsluiting van de inhoud en het kwaliteitsvol beheer van digitale erfgoedbronnen". Deze vaststelling geldt niet enkel voor de erfgoedsector maar voor het volledige culturele veld. Binnen de Vlaamse culturele sector dient met andere woorden in de eerste plaats een inhaalbeweging gemaakt te worden wat de digitalisering van culturele content betreft. Vlaan-

deren staat daarin uiteraard niet alleen. De discussie op Europees vlak rond de 'European Digital Library' past eveneens in deze context. De 'European Digital Library' is een concept geïnitieerd onder het Europese i2010: Digital Libraries Initiatief, dat een 'flagship project' is binnen de algemene strategie van de Europese Commissie om de digitale economie in Europa een extra stimulans te geven. Het initiatief heeft als doel het rijke Europese culturele en wetenschappelijke erfgoed (boeken, films, kaarten, foto's, muziek, enz.) op eenvoudige en boeiende wijze te ontsluiten voor professioneel, wetenschappelijk en vrijetijdsgebruik⁶¹. Eén van de streefdoelen is de creatie van een generieke Europese Digitale Bibliotheek die een meertalige online toegang geeft naar culturele collecties van de Europese lidstaten. De Commissie roept de lidstaten op om onder meer grootschalige digitaliseringsfaciliteiten te voorzien.

Naast de bekommernis om de bewaring van het culturele erfgoed in Europa, wordt dit initiatief ook algemeen geïnterpreteerd als het Europese antwoord op Amerikaanse initiatieven zoals het Google Library Project⁶². De bewaring van Europees cultureel erfgoed zou binnen die gedachtengang niet aan de (Amerikaanse) markt kunnen worden overgelaten. Maar blijkbaar gaat de Europese trein niet snel genoeg vooruit. Het gevolg is dat verschillende Europese culturele instellingen toch overeenkomsten met Google sluiten wat betreft de digitalisering van hun collecties. Dat was alleszins de conclusie tijdens een recente workshop rond digitalisering van bibliotheekcollecties georganiseerd door EBLIDA

"Vlaanderen dient een inhaalbeweging te maken inzake de digitalisering van culturele content."



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



(European Bureau of Library, Information and Documentation Associations) en LIBER (Ligue des Bibliothèques Européennes de Recherche)⁶³. Een illustratie daarvan is de samenwerking van de Universiteitsbibliotheek Gent met het Google Library Project. In mei 2007 werd aangekondigd dat Google duizenden copyrightvrije boeken uit de Universiteitsbibliotheek Gent gaat digitaliseren en online beschikbaar maken. Dit project was het resultaat van een ICT-missie van toenmalig Vlaams minister van Wetenschap en Innovatie Fientje Moerman en het Interdisciplinair instituut voor BreedBand Technologie (IBBT)⁶⁴. Het initiatief van de Universiteit Gent kan alleszins gezien worden als een oplossing voor het dure digitaliserings-traject waar vele culturele instellingen voor staan. Naast deze spraakmakende samenwerking lopen nog heel wat andere digitaliseringsprojecten in Vlaanderen⁶⁵.

Debbie Esmans, beleidsmedewerker binnen de Afdeling Beleid en Beheer van het Vlaamse Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, wijst eveneens op het financiële plaatje van grootschalige digitalisering. Volgens haar zijn er echter nog andere belangrijke uitdagingen gelinkt aan de digitalisering van culturele inhoud, nl. de vindbaarheid van de inhoud, de diversiteit van het aanbod

en de rechten op de inhoud. De vindbaarheid van de inhoud heeft uiteraard alles te maken met de metadata die toegekend worden aan de inhoud. Informatie kan enkel worden gevonden als die informatie correct en uitgebreid omschreven is. Zowel op Europees vlak als op Vlaams niveau worden er inspanningen gedaan om dit probleem op te lossen. Een voorbeeld is het Europese project MICHAEL Plus⁶⁶ dat onder meer een gemeenschappelijk Europees metadatamodel ontwikkelt voor de sector van het culturele erfgoed. Of het ECHO-project⁶⁷ dat iets gelijkaardigs doet voor de ontsluiting van Europese historische films. In Vlaanderen werden in het kader van het IBBT verschillende projecten gestart die het metadataprobleem binnen een bepaalde subsector onder de loep nemen: IPEA (voor de omroepsector), Erfgoed 2.0 (voor de erfgoedsector), Pokumon (voor de podiumkunsten)⁶⁸.

Deze problematiek heeft volgens Jeroen Walterus een belangrijke impact op de uiteindelijke valorisering van de digitale inhoud naar de diverse doelgroepen. "Er kan pas sprake zijn van echte valorisering wanneer verschillende doelgroepen digitale erfgoedbronnen kunnen vinden die gecontextualiseerd zijn binnen hun leefwereld en doorzocht kunnen worden met metadata die voor hen relevant zijn". In de praktijk kan de manier waarop

DREMPELS VOOR EEN ACTIEF GEBRUIK VAN ICT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



een cultuurliefhebber digitale content wil raadplegen en doorzoeken volledig afwijken van hoe een cultuurwetenschapper dat zou doen.

De contextualisering van digitale content kan ook begrepen worden als een stap naar een soort semantische digitale cultuuruimte. Met andere woorden, een ruimte waarin digitale componenten op betekenisvolle wijze aan elkaar gelinkt kunnen worden. Dit vergt niet alleen inspanningen op het vlak van de beschrijvingen (meta-data) van de content, maar de beheerders zullen ook bereid moeten zijn om samen te werken en transsectorale verbanden te zien⁶⁹.

Het tweede probleem waar Debbie Esmans naar verwijst — de kwaliteit en diversiteit van het aanbod — is een uitdaging die aansluit bij de laatste opmerking van Walterus. “Ik denk dat de diepgang en de kwaliteit van het online aanbod nog verhoogd kan worden”, meent Esmans. “Een groot deel van het huidige aanbod is nogal ‘vluchtig’ en laat slechts een beperkte participatie toe. Denk aan korte videofragmentjes en dergelijke.” Ook Nico Verplancke, programmamanager binnen het IBBT en onder meer verantwoordelijk voor lopende e-cultuurprojecten, stelt zich vragen bij de kwaliteit en de aard van de digitale content die momenteel beschikbaar is. “De toegevoegde waarde van het ‘online’ gegeven is vaak nog te klein in verhouding tot de offline kanalen die al bestaan”, aldus Verplancke. Hij wijst op het kip-en-ei probleem in deze kwestie. “Als je betere content aanbiedt, dan komt de vraag wel; als je de vraag aanzwengelt volgt het aanbod ook. Maar wellicht is een focus op het aanbod het meest haalbaar”.

“Heel wat potentiële content wordt momenteel niet ontsloten wegens de belemmeringen verbonden aan auteursrechten.”

Een uitdaging waar verschillende experts verder op wijzen en die we ook al signaleerden in het vorige hoofdstuk, is het rechtenprobleem. Dikwijls blijft culturele content, al dan niet in gedigitaliseerde vorm, opgesloten in archieven. Door de rechten die rusten op objecten, of het niet kennen van die rechten, kunnen de beheerders de inhoud niet ontsluiten naar een breed publiek. Binnen verschillende sectoren heerst momenteel onzekerheid over de werkwijze en de kosten die verbonden zijn aan dat beschikbaar maken van digitaal materiaal. Hoe ga je met andere woorden van ‘potentiële content’ over naar ‘ware content’, i.e. content die door een publiek gezien, gehoord en beleefd kan worden. Dries Moreels, documentatiecoördinator van het Vlaams Theater Instituut, is van mening dat er wel grote archieven bestaan in de culturele sector maar dat de content nauwelijks inzetbaar is voor virtuele cultuurparticipatie. Bovendien ontbreken momenteel de middelen en de context om dat snel te veranderen. In de eerste plaats is er een gebrek aan personeel met voldoende technische en juridische kennis binnen de culturele sector om die content vanuit de depots in de digitale ruimte te brengen. Op de tweede plaats moeten licenties betaald worden om de inhoud te mogen verspreiden. Moreels wijst erop dat in het veld de



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

indruk leeft dat de overheid dit soort kosten als 'overhead' beschouwt, omdat ze niet rechtevreeks ten goede komen van de kunstenaars. Dat verklaart volgens hem de terughoudendheid van heel wat zakelijk directeurs binnen de sector die momenteel net volop proberen te besparen op de overheadkosten.

In de bespreking van de cases, in het vorige hoofdstuk, kwam onder meer de oplossing aan bod die de Discotheek van Rotterdam uitdacht. Het DigiLeen-project presenteert inderdaad een manier om het muzikale erfgoed te ontsluiten voor een breed publiek. Maar dikwijls gaat het bij dergelijke projecten om nichecontent. Wanneer het daarentegen meer populaire content betreft, worden het rechtenvraagstuk complexer en duurder.

In een gesprek met Kaat Peeters en Koen Roelandt, respectievelijk directeur en ICT-verantwoordelijke van het Forum voor Amateurkunsten, wordt de idee geopperd om een gemeenschappelijk contentplatform op te zetten waar amateurkunstenaars elkaars content kunnen gebruiken. "Nu stuiten amateurkunstenaars immers dikwijls op de rechtenproblematiek", aldus de medewerkers van het Forum. "Wanneer nu bijvoorbeeld iemand muziek wil monteren op een zelf gecreëerde video duikt steeds dat probleem van auteursrechten op. Maar indien andere amateurkunstenaars zelfgemaakte muziek, bijvoorbeeld onder een creative commons-licentie, op het platform zouden plaatsen, dan kunnen ze daar zonder probleem gebruik van maken."

Dit is wellicht een van de redenen waarom culturele organisaties op het vlak van digitaal aanbod nog wat

achterop hinken. Deze achterstand situeert zich echter nog op andere vlakken. Zo krijgen nieuwe media ook in de communicatiemix van culturele organisaties niet de plaats die ze verdienen. "De focus ligt nog steeds op print (brochures, flyers, folders)", zegt Karen Vander Plaetse, hoofd marketing bij het Kunstencentrum Vooruit. "Communicatiemedewerkers van culturele instellingen zijn doorgaans niet goed genoeg geïnformeerd over wat mogelijk is met digitale communicatie. Er bestaat veel koudwatervrees wegens de perceptie dat het om complexe technologie gaat. Bovendien stelt zich vaak het probleem dat instellingen niet zelf hun website beheren en aanpassen. Dat maakt het niet evident om snel op de bal te spelen." Verder wijst Karen Vander Plaetse op de vereiste mentaliteitswijzigingen doorheen de organisatie die niet altijd eenvoudig door te voeren zijn. "Als je rond een webplatform werkt, moet de hele ploeg heil zien in dat verhaal en zijn er transversale processen nodig om het geheel in goede banen te leiden".

In diverse voorbeelden die in het vorige hoofdstuk werden toegelicht, kwam het belang van 'user generated content' (UGC) aan bod. Volgens sommige experts staart de culturele sector zich hier blind op wat er elders gebeurt. Rune Buerman volgt vanuit Stichting Lezing de laatste evoluties op het vlak van lezen en leesbevordering in de nieuwe media op de voet. Volgens hem mag de culturele sector meer vertrekken vanuit de eigen sterktes in plaats van steeds andere sectoren trachten te volgen. "Op internet ontstaan dingen vrij organisch. Iemand heeft een goed idee of er bestaat een behoefte aan iets en daar komt een oplossing voor. De uitwerking daarvan

DREMPELS VOOR EEN ACTIEF GEBRUIK VAN ICT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



komt terecht bij een aantal mensen en het slaat aan of niet. Een van de grootste problemen met ICT en cultuurparticipatie is volgens mij dat de culturele sector teveel kijkt naar wat succesvol is op internet en dat wil vertalen voor het eigen publiek, de eigen discipline. Al te vaak zonder die organische groei”, aldus Buerman. “Daarbij wordt te weinig nagedacht over wat een behoefte van een bepaald publiek zou kunnen zijn en tegelijk worden de eigenheden van de culturele sector al te vaak uitgevlakt. Zo worden allerlei dingen ontwikkeld waar geen behoefte aan bestaat en waar dus ook moeilijk een publiek voor te vinden is”.

Een duidelijk voorbeeld van deze vaststelling is te situeren binnen de web 2.0 golf, zegt Rune Buerman. “Ongeveer elke discipline wil web 2.0 op een of andere manier implementeren. Hoewel dat ongetwijfeld zinvol kan zijn, bestaan om te beginnen al talloze ‘plekken’ waar mensen elkaar virtueel kunnen ontmoeten en/of hun eigen creativiteit kunnen uiten. Het wordt dus bijzonder moeilijk om iets nieuws te lanceren dat een publiek kan bekoren. Ten tweede minimaliseert de sector hierdoor, volgens mij, de eigen rol als specialist. Hoe populair, waardevol en interessant de ‘user generated content’ ook moge zijn, er zal steeds een vraag zijn naar de ‘specialist generated content’. Die troef speelt de sector volgens mij te weinig uit”.

Debbie Esmans wijst tenslotte op de uitdagingen voor de distributie van de digitale content. “Spelers die grote hoeveelheden data willen ontsluiten, kunnen ook op infrastructurele drempels stuiten, zoals een ontoereikende bandbreedte”. Heel wat culturele instellingen blijken im-

Het online distribueren van grote mediafiles kan ingrijpende gevolgen hebben voor de benodigde bandbreedte.

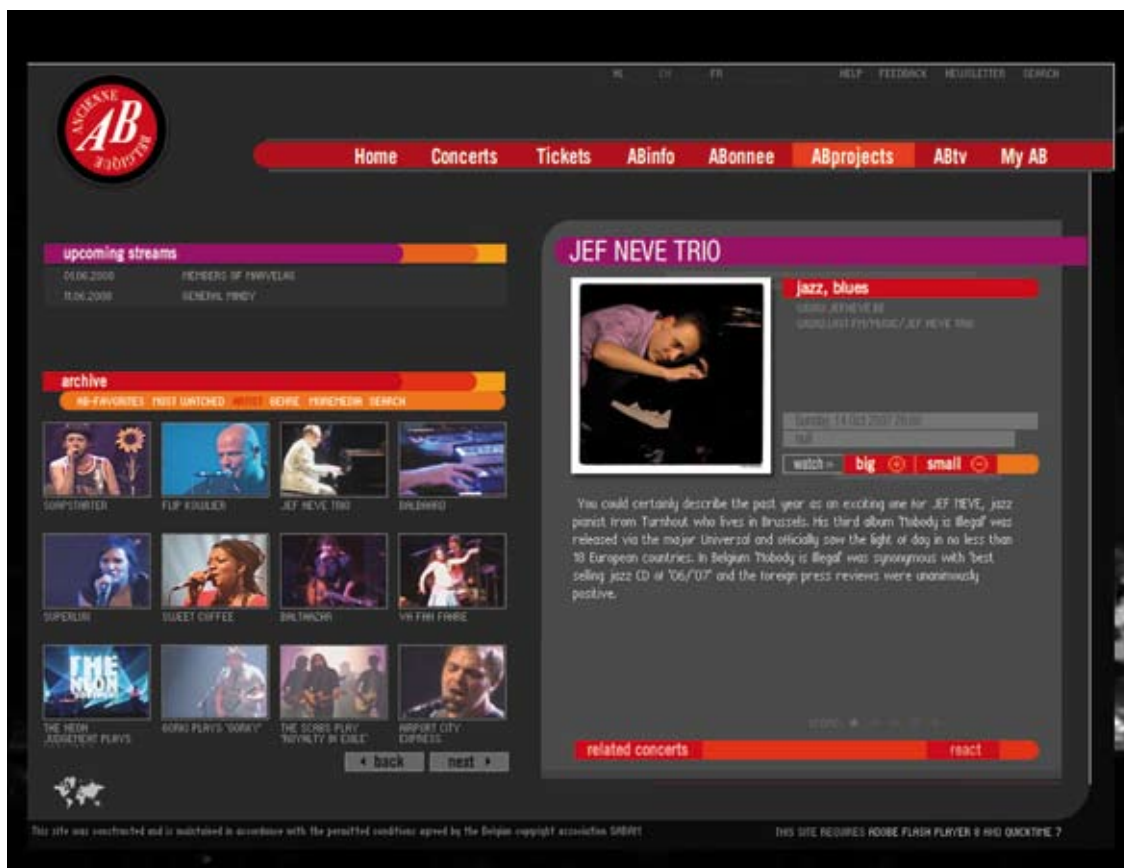
mers gebruik te maken van een standaard breedbandaansluiting. Die volstaat bij een ‘normaal’ gebruik. Wanneer echter grote mediafiles gelijktijdig naar een groot publiek moeten worden verstuurd, is die bandbreedte niet voldoende. Instellingen kunnen dan een beroep doen op een externe partij die de distributie voor zijn rekening neemt, maar dat kost uiteraard geld.

Stefan Kölgen, medeoprichter van CHIPS — een vzw die verschillende projecten uitwerkte rond cultuur en nieuwe media, o.a. Paola246 (zie vorige hoofdstuk) — merkt in deze context op dat een aanbieder van digitale content slachtoffer kan worden van het eigen succes. “Wanneer een instelling een bepaalde file aanbiedt tegen een bepaalde prijs, weet men bij de start wel wat dat zal kosten. Maar na een tijdje begint het principe van de ‘long tail’ te werken. Dat wil zeggen dat gebruikers niet meer enkel de file van de huidige week willen downloaden, maar ook die van een week geleden en die van twee weken geleden, enz. Op den duur kan dit zeer veel bandbreedte gaan vergen en die moet uiteraard betaald worden.”

David Zeegers, manager communicatie en ontwikkeling van de Ancienne Belgique, doet een gelijkaardige vaststelling. Het concerthuis lanceerde in 2006 AB2, de digitale uitbreiding van de Ancienne Belgique. ABtv, een van de nieuwe applicaties, is een dienst waarbij concerten



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



Screenshot ABtv

die plaatsvinden in de Ancienne Belgique live en on demand gestreamd worden. Hij wijst erop, dat een 'view', naast de eenmalige kosten in materiaal, personeel en de externe streamingovereenkomst, 0,5 € kost aan bandbreedte. Wanneer honderden of duizenden mensen dagelijks gebruik gaan maken van deze dienst, kunnen de kosten exponentieel toenemen⁷⁰.

Naast de verschillende uitdagingen op het vlak van het culturele aanbod, zijn er ook langs de gebruikerszijde nog heel wat open vragen. De eerste uitdaging situeert zich op het vlak van de digitale kloof. Recent onderzoek in Vlaanderen wijst immers uit dat die kloof nog steeds bestaat. Zo blijken onder meer ouderen, lager opgeleiden

en werklozen achterop te hinken in de ICT-adaptatie⁷¹. Hiermee samenhangend stelt zich het probleem van de digitale vaardigheden. Volgens Debbie Esmans is er niet alleen een inhaalbeweging nodig betreffende technische vaardigheden maar vooral inzake een kritisch en creatief gebruik van digitale inhoud.

Volgens Jan Braeckman, directeur van het Vlaams Centrum voor Openbare Bibliotheken (VCOB), is de digitale kloof een meerlagig en complex probleem. "Het gaat daarbij inderdaad niet alleen over de 'technische vaardigheden' om met ICT om te gaan, maar ook en vooral om informatiegeletterdheid: nood aan informatie onderkennen, weten hoe die nood te lenigen, informatie

DREMPELS VOOR EEN ACTIEF GEBRUIK VAN ICT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



kunnen vinden, ze kunnen beoordelen en verwerken, ze omzetten in kennis om een beter leven te leiden, ze toepassen op een correcte (maatschappelijk, ethisch...) wijze, ze kunnen delen met anderen. Deze informatiegeletterdheid wordt steeds belangrijker omdat informatie, en op de hoogte zijn, een steeds belangrijker voorwaarde wordt om onze veranderende samenleving te begrijpen en zich er goed in te voelen. Daarenboven stellen zich een aantal maatschappelijke problemen die maar kunnen aangepakt worden als de burgers mee zijn, mee willen en hun leven kunnen veranderen (globalisering, interculturaliseren, milieu...).

Bepaalde experts spreken ook van 'mentale drempels' die nog rond een digitale cultuurparticipatie zouden hangen. Bij sommige mensen zou de combinatie 'technologie en cultuur' nog negatieve connotaties oproepen. Nico Verplancke spreekt van een 'perceptieprobleem'. "Veel mensen geven aan het nut van het online participeren niet te zien. Ze vragen zich af welke toegevoegde waarde online participatie kan hebben. Opnieuw hangt dat samen met het aanbod. Is dat aanbod uitgebreid en aantrekkelijk genoeg om mensen te overtuigen?"

Daarbij aansluitend spreekt Jan Braeckman over de noodzaak aan een betrouwbare dienstverlening en de ontwikkeling van een digitale publieke ruimte. "Mensen hebben behoefte aan een digitale omgeving die kan dienen als referentiekader, los van politieke, commerciële en levensbeschouwelijke beïnvloeding. Een omgeving die hen helpt om de weg te vinden, die toegang geeft tot maatschappelijk relevante inhoud, en die stimuli biedt

voor verdere ontdekking en exploratie." Naast deze bekommernis betreffende de inhoud, stelt Braeckman vast dat het publiek ook behoefte heeft aan concrete fysieke toegankelijkheid. Hij legt uit: "Gebruikers hebben nood aan publieke plekken met goede breedbandverbindingen, waar ze onder meer inhoud kunnen consulteren, opslaan en delen. Een studie in de VS stelt immers dat wellicht 10 tot 15 % van de bevolking zal opteren om zonder persoonlijke ICT-voorzieningen door het leven te gaan, zij het vanuit een eigen keuze of wegens geldgebrek. Ook die mensen moeten af en toe, wanneer ze dat wensen, het web op kunnen."

Een recente uitdaging inzake virtuele cultuurparticipatie betreft de steeds persoonlijkere cultuurbeleving. Een duidelijk voorbeeld daarvan is het Archie-project waar bezoekers van een museum informatie krijgen die is aangepast aan hun specifieke profiel. Karen Vander Plaetse merkt in dit verband op: "De huidige cultuurparticipant is vragende partij om op een digitale manier geïnformeerd te worden. Hij wil bijvoorbeeld graag audiovisueel materiaal kunnen bekijken om te kunnen zien of een bepaalde voorstelling hem kan interesseren. Ook een gericht systeem om vanuit het enorme aanbod bepaalde persoonlijke tips te krijgen, zou handig zijn. Vaak wordt hier verwezen naar websites als Amazon.com. De huidige cultuurparticipant wil meer participeren, wil gepersonaliseerd worden benaderd en is bereid om informatie te delen".



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

3.2. ICT en participatieverhoging

De diverse cases die in het voorgaande hoofdstuk besproken werden hebben alle hun merites op het vlak van contentverzameling, -distributie en -presentatie of op het vlak van het verhogen van de betrokkenheid van de cultuurparticipant. Maar wordt die participant daar nu echt beter van? Of anders en gerichter gesteld: kan digitale cultuur een extra publiek aantrekken; geeft digitale cultuur kansen op een andere vorm van cultuurbeleving; en is die beleving kwaliteitsvol en diepgaand?

Debbie Esmans is overtuigd van de opportuniteiten die ICT biedt in het cultuurparticipatieverhaal. "Specifieke eigenschappen van digitale cultuur zoals het niet gebonden zijn aan tijd en ruimte, het simultaan bereiken van een groot publiek, het potentieel aan rijke en diverse content, de mogelijkheden tot interactie... kunnen stuk voor stuk echt versterkende elementen zijn in het verhogen van cultuurparticipatie". Zij wordt daarin bijgetreden door Nico Verplancke. Hij stelt dat online cultuur het de mensen eenvoudiger maakt om te participeren. "Beschikbare tijd daalt nog steeds", aldus de IBBT-programmamanager, "en bij keuzen zullen de mensen opteren voor 'gegarandeerd' genot ('Maximum Use' in economische termen). Het verhogen van de mogelijkheid om 'optimaal' aan cultuur deel te nemen, zal ook de participatie verhogen. Daarbij is een groot aantal nieuwe diensten wel noodzakelijk. Extra online aanbod (proeven van het reële aanbod) en diensten zoals gidsen, duiding, wat gebeurt er dicht bij mij, ticketing, ... kunnen allemaal nog sterk verbeteren."

Jan Braeckman voegt daar aan toe dat door de introductie van muziek en internet-pc's in de bibliotheken een nieuw publiek bereikt kon worden. "Er werden groepen aangetrokken die vroeger niet zo makkelijk naar de bib kwamen: mensen met een allochtone achtergrond, asielzoekers, jonge mannen... Misschien kan de toename van een digitaal cultuuraanbod een gelijkaardig effect ressorteren?" Braeckman stelt wel vast dat de groep van laaggeschoolden momenteel nog te weinig bereikt wordt door de bibliotheken: "Als openbare bibliotheken het bestrijden van de digitale kloof op zich nemen (zoals ze hier en daar al een tijd doen), dan zullen ze zich nog meer moeten richten op dat publiek van laaggeschoolden. Bibliotheken zouden hier kunnen trachten het Mattheüseffect⁷² in cultuur tegen te gaan".

Uiteraard zijn er, dat bleek ook uit de verschillende cases, vele vormen van cultuurparticipatie. Terwijl de participant in een project zoals dat van deSingel vooral wordt uitgenodigd om informatie op te nemen en eventueel online (tickets) aan te kopen, richt de V&A-website zich ook op de eigen creatieve inbreng van de participant. Jeroen Walterus maakt in die context volgende genuanceerde opmerking: "Binnen het erfgoeddomein is het nog vroeg om uitspraken te doen over de verhoging van cultuurparticipatie, alhoewel diverse 'stadshistorie'-sites en verhalen sites aantonen dat er wel kansen zijn. Vraag is ook wat men precies verstaat onder 'cultuurparticipatie'".

Via ICT beschikken mensen over uitgebreide mogelijkheden om eigen creaties te tonen of om over hun favoriete boek of muziek te praten.

DREMPELS VOOR EEN ACTIEF GEBRUIK VAN ICT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



Rune Buerman stelt daarentegen vast dat online cultuur de cultuurparticipatie op dit moment al ruimschoots verhoogt. "Maar daarbij gaat het soms om fundamenteel andere vormen van cultuurbeleving", zegt hij. "Wanneer een cultuurinstelling als een museum de ervaring van een museumbezoek simpelweg wil vertalen naar een online variant, vrees ik dat dat weinig zin heeft en weinig succesvol zal zijn. Als je daarentegen kijkt naar het succes van een online instrument als Last.fm⁷³ zie je daarentegen dat mensen op wellicht complexere manieren dan vroeger muziek 'gebruiken'. Nieuwe muziek ontdekken, discussiëren over muziek, zich bewust worden van eigen smaak, muzieksmaak ontwikkelen..." Hij plaatst de problematiek in een bredere context. "Ik denk dat de sterkte van online cultuur ligt in het feit dat mensen zich willen definiëren en presenteren. Dat gebeurt o.a. aan de hand van cultuur. Nu is dat altijd al zo geweest (cf. geschiedenis van de jeugdculturen) maar door de komst van ICT zijn er nieuwere, complexere en ruimere mogelijkheden om dit te doen. Wanneer men iets creëert (een videofilm bijvoorbeeld), kan men dat nu wereldwijd presenteren. Wanneer men praat of discussieert over favoriete boeken, kan dat nu potentieel gebeuren in een veel uitgebreider netwerk".

Ook Dries Moreels ziet mogelijkheden om de participatie via online cultuur te verhogen. Hij verwijst daarbij naar de onderzoeken van HETPALEIS, het Antwerpse theaterhuis voor kinderen, jongeren en kunstenaars. Via publieksonderzoeken bij HETPALEIS werd vastgesteld dat 12 % van de bezoekers van de website nog nooit naar een echte voorstelling was geweest. Via het aanbieden van online

content wordt met andere woorden een nieuw publiek bereikt.⁷⁴ Ann Laenen, auteur van diverse publieksonderzoeken, licht verder toe:

De mensen die de weg naar de zaal niet of moeilijk vinden, kom je blijkbaar wel tegen op de website, waar ze zelfs meerdere malen langskomen om iets meer te leren over de voorstellingen die er lopen of om naar de podcast te luisteren, aan een weblog mee te schrijven, op het forum te flaneren of een webkwestie op te lossen.⁷⁵

Dries Moreels voegt daaraan toe dat in de huidige context een noodzaak ontstaat om het begrip 'publiek' anders te gaan benaderen. "Momenteel is de sector podiumkunsten zeer sterk gericht op de bezettingsgraad van de zaal", aldus Moreels. In een omgeving waar naast het reële ook een virtueel publiek ontstaat, en beide categorieën voor een deel in elkaar overlopen, wordt het inderdaad onhoudbaar om nog enkel te focussen op één bepaalde fysieke activiteit van dat publiek, zijnde naar de voorstelling in de zaal komen.

Tenslotte wijst Karen Vander Plaetse eveneens op de noodzaak om ICT in te schakelen om nieuwe publieksgroepen te kunnen aantrekken. "Als culturele organisaties niet meer op de digitale communicatiekar springen, zullen ze het moeilijk krijgen om de jongerengroep goed te bereiken. Dat kan op termijn voor een gebrekkige instroom van 'nieuw' publiek zorgen".



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE



SLEUTELS VOOR STRATEGIEËN ROND ICT EN CULTUURPARTICIPATIE



Vanuit de uitdagingen en drempels die werden vastgesteld bij de praktijkverkenning en de gesprekken met Vlaamse experts, wordt in dit hoofdstuk naar uitwegen gezocht. In eerste instantie worden oplossingen voorgedragen vanuit de interviews en cases. Daarna wordt gereflecteerd over de potentiële rol van het Vlaamse beleid. De vastgestelde uitdagingen én de voorgestelde oplossingen noodzaken ons om de huidige culturele sfeer te hercontextualiseren binnen een nieuwe hybride cultuuruimte. Dat is een plaats waar grenzen tussen eerder afgebakende gebieden vervagen, en dit op het vlak van creatie en aanbod, distributie en promotie, beleving en interactie, en beleid. Tenslotte formuleren we concrete sleutels voor beleidsstrategieën rond ICT en cultuurparticipatie.

4.1. Mogelijke oplossingen

Tijdens de contacten met experts en via de doorlichting van praktijkvoorbeelden werden verschillende mogelijke oplossingen geopperd om ICT daadkrachtiger in te zetten voor de verhoging van cultuurparticipatie. In de eerste plaats werd vanuit voorgaande studie een duidelijke oproep gesignaleerd naar meer digitaal aanbod. Een basisvereiste om te kunnen spreken van meer participatie, of zoals Nico Verplancke het verwoordt: "Uiteraard is het aanwezig zijn van de verschillende cultuuraanbieders een noodzakelijke voorwaarde om in een online wereld ontdekt te worden. Eenmaal de aanbodkant uitgebreid is, zal de vraag volgen, of kan er alleszins een specifieke actie in die richting opgezet worden". De uitdagingen met betrekking tot dit aanbod werden eerder al vermeld.

De experts zagen hier een bepaalde rol weggelegd voor de overheid (zie infra).

Naast de uitbreiding van het aanbod wijst Verplancke op de noodzaak om meer vanuit de gebruiker te denken. "Hoe komt een bezoeker tot zijn beslissing om naar een voorstelling te gaan? Wellicht zijn er, naast een verhoogd aanbod van de afzonderlijke aanbieders, ook een aantal overkoepelende diensten nodig (eventueel vanuit de media, of vanuit de sociale netwerken) die meer vanuit gebruik dan vanuit aanbod redeneren", aldus de IBBT programmamanager. Hij ziet daarbij een belangrijke rol weggelegd voor de Vlaamse cultuurdatabank die de basis kan vormen van die nieuwe diensten.

Wanneer dan een aanbod voorhanden is, is het belangrijk om dat aanbod via diverse instrumenten te verspreiden. Jeroen Walterus illustreert aan de hand van een lopend project: "Crossmediaal werken lijkt me een belangrijke invalshoek. Zo trachten we in het project Expo '58⁶ zowel via offline als online media te werken. Alle componenten werken op elkaar in en versterken elkaar". Deze crossmediale aanpak kwam alleszins terug in verschillende praktijkcases die werden besproken. Vooral de vrt-projecten blijken bijzondere aandacht te besteden aan dit crossmediale aspect. Daarmee wordt getracht om de informatie te verspreiden naargelang de noden en verwachtingen van de gebruiker. Zo werd rond de fictiereeks 'Emma', naast het televisieprogramma, gebruik gemaakt van informatieve websites, online games en downloadbare episodes voor een gameconsole (PSP). Ook het project



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

Paola246 zette verschillende, zij het dan allemaal web-gebaseerde, applicaties in en verkende daarmee de mogelijkheden van de huidige web 2.0 golf: YouTube, Flickr, weblogs, Twitter...

Een rijke digitale cultuuruimte dient ook over de grenzen van de subsectoren heen verbindingen te kunnen maken. Jan Braeckman: "Ik pleit voor een samenwerking tussen een aantal (publieke) spelers die dicht op elkaars terrein zitten: zoals vrt en bibliotheken, erfgoedinstellingen... Het doel is rijkere toepassingen te ontwikkelen en volop gebruik te maken van elkaars kennis over het publiek". En daarmee zijn we beland bij een aanbeveling die door de experts als cruciaal werd beschouwd. "Het verhaal rond ICT en cultuurparticipatie vereist de ontwikkeling van een coherente visie en aanpak over de sectoren heen", aldus de VCOB-directeur.

Deze visie kan groeien vanuit diverse andere acties: "het sensibiliseren van de sector rond deze problematiek, kennisopbouw en kennisdeling stimuleren, goede voorbeelden tonen", vat Esmans samen. Vooruit-medewerkster Karen Vander Plaetse meent dat het vooral noodzakelijk is om bij de communicatiemedewerkers en het management in de culturele sector een bewustzijn te creëren rond hoe je met digitale communicatie bepaalde participatiedoelstellingen kan realiseren. "Ik denk dan bijvoorbeeld aan het tonen van inspirerende praktijkvoorbeelden, aan demonstraties van kleine tips die onmiddellijk toepasbaar zijn binnen de huidige praktijken en aan de uitwisseling van ICT kennis", legt Vander Plaetse uit.

Verschillende bevroegde experts beklemtonen het belang van ruimte voor experimenten met betrekking tot ICT

en cultuurparticipatie. Het gaat daarbij zowel om kleine initiatieven als om breder opgezette experimenten van de grote actoren. Volgens Rune Buerman van Stichting Lezen is het daarbij belangrijk om vanuit de eigen sterkten van de sector te vertrekken. "Een mogelijke sleutel zou kunnen zijn om enerzijds meer in te zetten op de rol van specialist van de culturele sector en om anderzijds niet zomaar succesvolle 'instrumenten' te kopiëren", zegt hij. "Men zou meer moeten nagaan welke bestaande instrumenten en virtuele plekken er bestaan en daar als culturele sector 'aanwezig' zijn. Als specialist."

Tenslotte merkt Jan Braeckman op dat er nood is aan een coherent plan inzake het wegwerken van de digitale kloof. "Vergelijk het met de ontwikkeling van de eindtermen binnen het onderwijs: men beschrijft welke ontwikkeling mensen optimaal doormaken en welke initiatieven er moeten genomen worden om ze dat pad te laten afleggen. Op het vlak van de leesbevordering is er een leeslijn ontwikkeld. Inzake informatiegeletterdheid en digitale vaardigheden is iets dergelijks nodig".

4.2. De mogelijke rol van het beleid

Hoewel binnen het huidige cultuurbeleid raakvlakken en openingen te vinden zijn waar de besproken problematiek kan worden ingepast, mag ook duidelijk zijn dat ICT en cultuurparticipatie, en e-cultuur in de ruime betekenis, niet echt topprioriteiten zijn. De bevroegde experts zien dan ook nog verschillende pistes openliggen waarop het beleid zou kunnen inzetten.

SLEUTELS VOOR STRATEGIEËN ROND ICT EN CULTUURPARTICIPATIE



In de eerste plaats stelt Jan Braeckman dat er een rol is weggelegd voor de overheid bij het opvolgen van de ontwikkelingen en de effectiviteit van activiteiten op het domein van ICT en cultuurparticipatie. “De overheid kan een goede monitoring organiseren van wat zich op het terrein afspeelt: dit zowel betreffende het gedrag van het publiek, als rond de concrete initiatieven die er zijn en rond de impact die ze hebben.”

De eerste algemene beleidsaanbeveling die De Wit en Esmans formuleren in het ‘blauwe boekje’ betreft de noodzaak van een visieontwikkeling:

“Het impliceert dat men als organisatie of maker vanuit een nieuwsgierige houding een andere positie inneemt ten aanzien van de gebruiker, de eigen sector, andere culturele actoren en de brede omgeving. Het betekent tevens dat er een visie wordt geïmplementeerd die de hele werking raakt en voedt. Deze visie reikt, vanuit een integraal perspectief, verder dan de eigen werking en zou, op het niveau van de organisatie of de eigen (deel)sector, moeten resulteren in het uitkristalliseren van visies op het vlak van samenwerking en schaalgrootte.”⁷⁷

Deze aanbeveling kwam bij de gesprekspartners voor dit rapport ook duidelijk aan bod. De Wit en Esmans vervol-

gen dat die visieontwikkeling ook bij de overheid zelf dient plaats te vinden. Jan Braeckman vult aan: “Er is nood aan een ontwikkeling van een geïntegreerde visie op e-cultuur over grenzen van cultuur, media en onderwijs heen. Verder kan de overheid die visie exporteren naar andere overheden: lokaal, provinciaal, Europees. Die visie gaat niet alleen over digitalisering maar ook over participatie aan de samenleving in brede zin. Met andere woorden over burgerschap in de 21ste eeuw”. Debbie Esmans gaat dieper in op die oproep tot een geïntegreerde visieontwikkeling. Volgens haar is het inderdaad aangewezen om op beleidsvlak domeinoverschrijdend samen te werken op diverse terreinen, zoals vaardigheden, breedbandvoorziening, enz. In feite gaat het dan ook om een investering in het herdenken van ondersteunende kaders en strategieën.

Een zeer belangrijk struikelblok en een probleem waar de hele sector al lang op hamert is de rechtenproblematiek. In voorgaande hoofdstukken kwam deze drempel meermaals aan bod. Zo signaleerde Dries Moreels dat binnen het Pokumon-project⁷⁸, waar getracht wordt om digitale captaties van podiumkunsten op een eenvormige manier te verspreiden, momenteel duidelijk wordt geconstateerd dat de ontsluiting van de aanwezige digitale content onder meer geblokkeerd wordt vanwege de rechten. Deze rechtenproblematiek heeft zowel betrekking op het verleden als op de toekomst. Wat het verleden betreft, dienen methoden en middelen gezocht te worden om reeds opgeslagen inhoud te kunnen ‘clearen’. Voor nog te capteren inhoud wijst Debbie Esmans op de noodzaak aan een andere vorm van contracten die worden afgesloten



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

bij het begin van een productie en waarin die digitale verspreiding is opgenomen. David Zeegers, van de Ancienne Belgique, wijst in dat kader op enkele obstakels. Toen de AB wou starten met het streamen van concerten bleken artiesten aanvankelijk niet erg enthousiast te zijn. Oplossingen die de AB aanbood, waren onder meer garanties dat de inhoud gratis zou zijn voor iedereen, garanties dat het enkel om streaming en dus niet om downloadbare content zou gaan, en er werd een overeenkomst met SABAM afgesloten.⁷⁹ Uiteraard is SABAM maar een van de vele beheersvennootschappen die auteursrechten beheren in het culturele veld. Zo is er onder meer nog SADC (vennootschap van drama-auteurs) of Uradex, een beheersvennootschap van uitvoerende kunstenaars⁸⁰. Dit maakt het clearen van rechten bij bepaalde producties niet bepaald eenvoudig. Denk maar aan de problemen waarmee men geconfronteerd wordt wanneer men een theatervoorstelling digitaal wil verspreiden. Men krijgt dan te maken met de rechten van auteurs, regisseurs, componisten, acteurs, enz.

Uiteraard hangt dit rechtenprobleem samen met de digitalisering van de content zelf. Op dat vlak dient er in Vlaanderen nog een grote inhaalbeweging te worden gemaakt. Diverse experts benadrukken verder dat het beleid hier dringend het licht op groen moet zetten. Het beleid dient daarbij met andere woorden de sector aan te moedigen om de nodige investeringen te doen in digitalisering en het beheer van digitale cultuurdragers. "De huidige subsidiestructuren en het huidige cultuurpolitieke discours zijn in feite impliciete incentives om niet met virtuele participatie en e-cultuur bezig te zijn", aldus een

kritische stem.

Het recent opgestarte project BOM-VI (Bewaring en Ontsluiting van Multimediale data in Vlaanderen) kan beschouwd worden als een belangrijke stap in dit proces. De Vlaamse Overheid gaf hier aan een breed consortium bestaande uit de culturele sector, de omroepsector en verschillende onderzoeksgroepen, de opdracht om het pad te effenen voor de ontsluiting van multimedia. In dit project, dat loopt van januari 2008 tot juni 2009, worden onder meer gebruikersbehoeften rond een multimedia-archief vastgesteld, selectiemechanismen voor de te digitaliseren inhoud bestudeerd, een generiek metadatamodel ontwikkeld, richtlijnen opgesteld inzake rechtenbeheer en wordt een distributiearchitectuur uitgedacht. De resultaten van het project zullen convergeren in een prototype van een gemeenschappelijk innovatieplatform.

Een tweede overkoepelend probleem waar vanuit de sector een overheidsoptreden wordt verwacht, is dat van de infrastructurele noden. Het verspreiden van online cultuur, en zeker wanneer dit op grote schaal gebeurt, vereist immers heel wat bandbreedte. Momenteel zijn cultuuraanbieders daar dikwijls niet op voorzien en ontbreekt het hen ook aan de kennis om daar snel iets aan te veranderen. Daartoe bestelde de Vlaamse Overheid in 2007 een onderzoek rond breedbandtoepassingen, breedbandbehoeften en mogelijke breedbandmodellen voor de Vlaamse culturele sector.⁸¹ De resultaten van deze studie worden in 2008 toegelicht.

Uit studies, zowel in Vlaanderen als daarbuiten, die momenteel al gepubliceerd zijn rond de brede problematiek

SLEUTELS VOOR STRATEGIEËN ROND ICT EN CULTUURPARTICIPATIE



van cultuur en ICT, blijkt alvast dat vanwege de overheid stimulansen worden verwacht rond kennisopbouw en kennisdeling.⁸² Verschillende bevraagde experts roepen opnieuw op om die vraag aan de overheid krachtadig te ondersteunen. Momenteel zijn het vooral de culturele steunpunten die actief zijn op dit domein. Op geregelde tijdstippen organiseren zij momenten waarop de respectievelijke sectoren worden uitgenodigd om over deze problematiek te reflecteren. Eind 2007 lanceerden de steunpunten kunsten een groepweblog, samen met het steunpunt erfgoed en het steunpunt voor bibliotheken⁸³. Daar wordt informatie verzameld en verspreid rond technologische ontwikkelingen, e-cultuurprojecten en praktijkvoorbeelden, naast gegevens vanuit onderzoek en beleid.

Naast het uitwisselen van kennis, kunnen experimenten en innovatieve projecten een bijzondere stimulans geven aan de sector. Experimenten rond ICT en cultuurparticipatie zouden, zo menen de experts, een duidelijke steun moeten krijgen van bovenuit. "Hopelijk biedt hier ook het nieuwe participatiedecreet nieuwe mogelijkheden", aldus een van de gesprekspartners. Want het is inderdaad niet altijd even duidelijk wie dan die experimenten zal opzetten. Dikwijls is dat afhankelijk van hoe een organisatie de eigen opdracht interpreteert. In die context merkt Jan Braeckman op: "Waar het beleid de bevoegdheden heeft, kunnen de opdrachten van instellingen nauwkeurig omschreven worden, zodat de bevordering van participatie aan online cultuur door voldoende spelers wordt aangepakt". Bij die experimenten zou de sector wel vanuit de eigen sterkten dienen te vertrekken en

niet simpelweg successen uit andere sectoren kopiëren naar de culturele sector, aldus Rune Buerman. En daar kan de overheid op zich weinig aan veranderen. Buerman vervolgt: "Ik denk dat het hier vooral over een mentaliteitswijziging moet gaan bij de culturele sector zelf. Het beleid kan daar weinig meer doen dan kritisch bevragen, krijtlijnen uittekenen en advies geven".

4.3. Naar een hybride cultuurruimte

Doorheen de literatuurstudie, de praktijkanalyses en de gesprekken werd duidelijk dat de inzet en het gebruik van ICT het culturele veld zelf heeft gewijzigd. Grenzen tussen subsectoren vervagen en ook de cultuurparticipatie beweegt zich door en over ruimten waarvan de afbakening niet meer duidelijk zijn. Of zoals Michiel Schwarz het stelt:

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 mediaeducatie, tussen videospelletjes en onderwijsprogramma's, tussen kunst en design, commerciële en artistieke toepassingen, etcetera.⁸⁴



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

Schwartz deed deze vaststelling bijna 10 jaar geleden. Hij merkte op dat het culturele veld sterk aan het veranderen was. Vandaag wordt duidelijk dat deze hybride cultuuruimte bestaande praktijken en structuren op de helling zet. Hybride cultuur dient in deze context niet geïnterpreteerd te worden in antropologische zin⁸⁵, maar als de mengvormen tussen culturele subsectoren, distributieplatforms, diverse media, participatievormen, het reële en het virtuele, de gebruiker en de aanbieder, de expert en de amateur.

De experimenten met crossmediale en platformoverschrijdende distributie van digitale content werden reeds besproken in het praktijkhoofdstuk. Projecten als Paola246 of de vrt-initiatieven zijn duidelijke voorbeelden van hoe verschillende media en distributieplatforms worden ingeschakeld om dezelfde of gelinkte content te verspreiden. Uit heel wat van de hedendaagse initiatieven komt inderdaad een bepaalde mengvorm naar voor. Die mengvormen kunnen zich situeren op verschillende niveaus. Digitale content kan bijvoorbeeld via verschillende soorten van ICT worden aangeboden, kan verschillende culturele subsectoren overstijgen en kan tegelijkertijd diverse participatievormen omvatten. Mensen gaan die cultuur inderdaad ook op een hybride wijze beleven. Die hybride beleving omvat niet enkel de combinatie van ICT, van inhouden en van participatievormen. Ook de scheidingslijn vervaagt tussen wat zich afspeelt in de fysieke realiteit en in de virtualiteit.

De hybriditeit op het vlak van de participatie omvat nog een bijkomend aspect. Wanneer cultuurliefhebbers zelf

content gaan toevoegen tijdens de beleving, wordt voor een stuk de klassieke tweedeling tussen gewone participant en cultuurexpert ook in vraag gesteld. Ook op dat vlak ontstaan dus hybride vormen waarbij een participant ook voor een stuk commentator kan worden of waar hij zelfs het resultaat van een artistiek proces kan hermoduleren en dus zelf ook creator wordt. Nochtans werd er vanuit de vraaggesprekken met experts ook voor gewaarschuwd dat de culturele sector hierin steeds de eigenheid dient te bewaren en de rol van de culturele expert nooit mag opgeven. Een hybride model waarin zowel experts als gebruikers bepaalde content zullen interpreteren is echter onvermijdelijk.

Naast de eventuele actievare rol van de cultuurparticipant, treden ook andere actoren in het culturele veld binnen. De intrede van de hardware- en softwareproducent Apple in de muzieksector is wellicht het meest spectaculaire voorbeeld daarvan. Op enkele jaren tijd slaagde dit



SLEUTELS VOOR STRATEGIEËN ROND ICT EN CULTUURPARTICIPATIE



computerbedrijf erin om via het online downloadplatform iTunes de globale muziekdistributie compleet te veranderen. Met de gelijktijdige introductie van de trendy mp3-speler iPod beheerste Apple daarenboven ook de markt van de muziekdevices. Ook in Vlaanderen en Nederland worden grenzen tussen sectoren overschreden. Wanneer concerthuizen zoals de Melkweg en Paradiso in Amsterdam of de Ancienne Belgique in Brussel concerten gaan streamen, betreden zij in feite een domein dat eertijds het exclusief terrein was van de broadcasters. Ook binnen andere sectoren wordt nagedacht over de rolveranderingen binnen de sector en de invloed die dat kan hebben op de eigen rol. Die reflectie krijgt vandaag bijzonder veel aandacht in de bibliotheeksector waar via workshops en studiedagen de essentie en de impact van de huidige evoluties op de toekomstige werking worden bediscussieerd. Onlangs verscheen in de sector een studie die de vraagstukken rond deze problematiek uitdiepte. Daarin lezen we onder meer dat de kernopdracht in de toekomst

Recente evoluties nopen culturele instellingen om hun rol te herdenken en te herdefiniëren.

vooral dient te bestaan "uit actief bemiddelen en sturen bij de verschillende processen van informatiebehoeften, waarbij gewerkt wordt met mensen in plaats van met boeken. In de praktijk ligt de klemtoon vandaag echter hoofdzakelijk op collectievorming en uitlenen".⁸⁶

Het moge met andere woorden duidelijk zijn dat de huidige hybride culturele ruimte verworven evenwichten op de helling zet. Waartoe dit precies zal leiden, staat helemaal niet vast. Feit is wel dat makers, tussenpersonen en participanten momenteel hun weg zoeken in dit nieuwe landschap en volop experimenteren met de nieuwe mogelijkheden.

Bovendien lijkt deze nieuwe situatie moeilijk te vatten binnen de actuele beleidspraxis. Zo bestaat er alsnog geen decreet voor hybride cultuurvormen. In Nederland werd daarvoor een speciale regeling getroffen, de zogenaamde 'Interregeling', waarbij over de verschillende subsidiefondsen heen wordt samengewerkt om ook hybride vormen te kunnen ondersteunen.

by Ayton - Creative Commons Attribution-No Derivative Works 2.0 Generic





ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

Een groot aantal nieuwe media, en cross media producties hadden voorheen vaak moeilijkheden bij het aanvragen van subsidies, omdat deze vaak hybride projecten niet aansluiten bij criteria die vanuit de traditionele kunstdisciplines worden gesteld.⁸⁷

Naast de reorganisatie van bestaande subsidiekanalen dringt ook een domeinoverschrijdend beleid rond ICT en cultuurparticipatie zich op. Zo ligt het bijvoorbeeld voor de hand dat het beleidsdomein cultuur in deze kwestie zou samenwerken met het onderwijsdomein.

4.4. Conclusie

Uit de voorgaande studie reiken we vijf sleutels voor beleidsstrategieën rond ICT en cultuurparticipatie aan. Deze sleutels kunnen samengevat worden onder de volgende hoofdingen:

- Faciliteren van back-end oplossingen;
- Kennisopbouw en –uitwisseling stimuleren;
- Ruimte voor experiment creëren;
- Investeren in digitale vaardigheden;
- Evolueren naar een hybride cultuurbeleid.

Faciliteren van back-end oplossingen

Uit de voorgaande bevindingen komt duidelijk naar voor dat voor een optimale ontsluiting naar een publiek, en dus een mogelijke verhoging van de cultuurparticipatie, eerst aan een aantal voorwaarden voldaan moet zijn. Gebruikers zijn absoluut gebaat bij een ruime ontsluiting van culturele content die de muren van de traditionele instellingen overstijgt. Het is inderdaad pas wanneer inhoud op een zinvolle manier aan elkaar gelinkt wordt dat een betekenisvolle en rijke culturele context kan ontstaan waarin een gebruiker zijn weg kan vinden en zich thuis kan voelen. Zo'n rijke context veronderstelt dat inhoud technisch gelinkt kan worden. Hiervoor moeten de verschillende dataleveranciers compatibel zijn en dat is momenteel niet altijd het geval. Bepaalde standaarden promoten is daarbij slechts een eerste stap. Organisaties dienen ook bereid te worden gevonden om informatie uit te wisselen en samen te werken. Het stimuleren van duurzame samenwerkingsverbanden tussen culturele contentproducenten en –distributeurs lijkt met andere woorden een *conditio sine qua non* te zijn voor een performante en rijke digitale cultuurruimte die aantrekkelijk kan zijn voor nieuwe cultuurparticipanten.

Een probleem dat vanuit de sector telkens opnieuw ge-signaleerd wordt, betreft de auteursrechten. Organisaties hebben dikwijls content die zeer boeiend kan zijn voor een publiek, maar kennen of bezitten de rechten niet om die content verder te verspreiden dan hun eigen documentatiecentrum.

SLEUTELS VOOR STRATEGIEËN ROND ICT EN CULTUURPARTICIPATIE



Hoe kan een duurzame manier van contentaggregatie, -uitwisseling en -distributie naar de eindgebruiker gerealiseerd worden?

Kennisopbouw en –uitwisseling stimuleren

Een tweede sleutel naar succes is de kennisopbouw en –uitwisseling binnen de sector. Dikwijls blijft een dynamiek rond e-cultuur binnen bepaalde domeinen immers wat achterwege, wegens een gebrek aan kennis van de mogelijkheden. Dit dient niet gelezen te worden als een verwijt, maar wel als een oproep om ruimte en tijd te creëren om die noodzakelijke kennis (inhoudelijk, technisch, juridisch, ...) bij te schaven en uit te wisselen.

Hoe kan ruimte voorzien worden om kennisopbouw en –uitwisseling rond digitale cultuur te stimuleren?

Ruimte voor experiment creëren

Zowel voor de culturele sector als voor de potentiële cultuurparticipant is het belangrijk om in dit stadium te kunnen experimenteren. Organisaties dienen dan wel ruimte voor experiment te krijgen. Het stimuleren van pilootprojecten, proeftuinen, e.d. kan met andere woorden een onschatbare impact uitoefenen, zowel aan de kant van de aanbieder als aan de kant van de gebruiker. Enkele innovatieve cases die eerder werden besproken kunnen dit illustreren. De openbare omroep kan hierin een voortrekkersrol (blijven) spelen. Als creatief expertisecentrum, aggregator van content én beheerder van diverse distributiekkanalen, lijkt de openbare omroep inderdaad

een van de aangewezen actoren om te pionieren binnen de digitale cultuurrimte⁸⁸. Ook andere overkoepelende initiatieven, denk bijvoorbeeld aan CultuurNet, kunnen vanuit hun aggregator-rol denken aan het linken van de opgebouwde datastroom aan verdiepende en verrijken- de culturele content. Ook culturele subsectoren kunnen aangespoord worden, bijvoorbeeld via sectoroverschrij- dende subsidiekanalen, om content te linken en aldus te hercontextualiseren en op die manier de potentiële parti- cipant te benaderen.

Ook op het vlak van mogelijke rollen en rolverdelingen kan geëxperimenteerd worden. Moet een bibliotheek bij- voorbeeld in de hedendaagse netwerksamenleving haar actuele rol herdenken, overstijgen en ook een gids gaan worden in het brede (virtuele) cultuurlandschap? En wel- ke repercussies heeft dat dan op de huidige personeels- samenstelling? Of wat betekent het als een concertzaal door het online streamen van concerten in feite de rol van broadcaster gaat opnemen?

Ook in de interactie met het publiek kunnen nieuwe vor- men uitgedacht worden. Enerzijds kan het publiek zelf een andere, meer actieve rol krijgen. Verscheidene re- cente toepassingen geven bijvoorbeeld de mogelijkheid aan participanten om zelf inhoud te taggen, om com- mentaren te schrijven, om inhoud te hercreëren, om te voten, enz.

Tenslotte dienen de bestaande business modellen op- nieuw geëvalueerd te worden. Kan de online generatie, die al jaren gewoon is van alles gratis te vinden en te krijgen op het internet, nog een betalend model aanvaar-



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

den? Of moeten er, de auteursrechten indachtig, eerder geprivilegieerde partners (bijv. Onderwijs) gevonden worden die tegen een licentie bepaalde culturele content kunnen contextualiseren en ontsluiten.

Welke instrumenten kunnen gecreëerd worden om experimenten in de digitale cultuurruimte te ondersteunen?

Investeren in digitale vaardigheden

De digitale kloof blijkt gelukkig niet zo statisch te zijn als de cultuurparticipatiekloof. Het toenemend aantal senioren en laagopgeleiden dat de weg naar het world wide web vindt, is daar getuige van. Dat betekent echter niet dat iedereen met dezelfde vaardigheden binnentreedt in de virtuele realiteit. Velen blijken maar moeizaam hun weg te kunnen vinden. Daarenboven lijkt het ook voor heel wat mensen niet evident om waardevolle informatie te onderscheiden in de chaotische informatiepoel die het world wide web toch is. Naast het contextualiseren en duiden van informatie vanuit de aanbodzijde, kan ook langs de gebruikerszijde getracht worden om deze problematiek bij te schaven.

Het onderwijs — ook het volwassenenonderwijs — kan op dit vlak een bijzondere rol opnemen. Culturele organisaties zouden in samenwerking met het onderwijs culturele content kunnen ontsluiten en op die manier mensen geleidelijk inwijden in de wereld van de digitale cultuur. Maar ook voor andere traditionele content-gidsen is hier een mogelijke taak weggelegd. Zoals eerder al gesteld,

kunnen bibliotheken op dit vlak een nieuwe invulling geven aan hun klassieke rol van informatiedoorgeefluik. Tenslotte hebben ook openbare omroepen op dit vlak een bepaalde verantwoordelijkheid.

Hoe kunnen instellingen binnen de educatieve en sociaal-culturele sector gestimuleerd worden om de digitale kloof te helpen dichten?

Evolueren naar een hybride cultuurbeleid

Al het voorgaande impliceert dat ook de actuele afbakening tussen beleidsdomeinen moet herzien worden. Binnen het cultuurbeleid zullen programma's of beleidslijnen die de verschillende subsectoren overstijgen, waarschijnlijk noodzakelijk zijn. Sectoroverschrijdende subsidiekanalen kunnen daarbij een stimulans zijn om het veld te bewegen om buiten de eigen subsector gezamenlijke trajecten op te zetten.

Bovendien blijkt zelfs het cultuurbeleid als breed beleidsdomein genoodzaakt te zijn om met andere beleidsdomeinen te overleggen en samen te werken. Wanneer gezocht moet worden naar nieuwe ontsluitingsmodellen, overkoepelende standaarden en de ontwikkeling van digitale vaardigheden, spreekt het voor zich dat beleidsdomeinen zoals economie, wetenschap en onderwijs absoluut betrokken dienen te worden. Het is slechts in de context van een dergelijk breed en hybride cultuurbeleid dat ICT en cultuurparticipatie ten volle kunnen gedijen.

Hoe kan de structuur van het beleid zich aanpassen aan de veranderende cultuurruimte om zo beter de hybriditeit van de hedendaagse cultuurparticipatie te kunnen vatten?

SLEUTELS VOOR STRATEGIEËN ROND ICT EN CULTUURPARTICIPATIE





ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

Voeten

- ¹ Anciaux, B. (1999). Beleidsnota cultuur 2000-2004. Brussel: Vlaamse overheid, 80.
- ² Anciaux, B. (2004). Beleidsnota cultuur 2040-2009. Brussel: Vlaamse overheid, 67.
- ³ Hoewel de nieuwe media in de beleidsnota's expliciet genoemd worden, blijft de rol van ICT' binnen het recente participatiedecreet eerder onduidelijk.
- ⁴ Nulens, G., Daems, M. & Bauwens, J. (2005) 'Virtuele cultuurparticipatie in Vlaanderen', in J. Lievens & H. Waeye (eds.) *Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Reeks Cultuurskijker, Antwerpen: De Boeck, 115-138.
- ⁵ Nulens, G. (2006) Panacea or only promises: can Internet increase cultural participation? Paper presented at ICCPR 2006: "Fourth International Conference on Cultural Policy Research" (July 12-16, 2006 – Vienna).
Nulens, G. (2006) Cultural Audiences in a digital age. Paper presented at IAMCR: Knowledge Societies for All: Media and Communication Strategies. (July 23-27, 2006, Cairo).
Nulens, G. (2006) Virtual cultural participation: private, public or mixed spheres? Paper presented at the Conference 'Changing Cultures: European Perspectives' (November 15-17, 2006, Gent).
- ⁶ Toch zullen we later zien dat de achterliggende structuur en infrastructuur, of de zogenaamde back-end, zeer doorslaggevend is voor de uiteindelijke gebruikersoutput. Bovendien zijn er betreffende deze backend nog heel wat knelpunten op te lossen.
- ⁷ Raad voor Cultuur (2003) eCultuur, van i naar e. Advies over de digitalisering van cultuur en de implicaties voor cultuurbeleid. Den Haag: Raad voor Cultuur.
- ⁸ Castells, M. (1996) *The information age: economy, society and culture. Volume I. The Rise of the network society*. Oxford: Blackwell Publishers, p. 372.
- ⁹ Zie bijvoorbeeld de discussie rond de impact van het bekende essay van Walter Benjamin — *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction* — op de hedendaagse kunsten in Benjamin, A. (ed.) (2005) *Walter Benjamin and Art*. Londen: Continuum. 300 p.
- ¹⁰ Louvre online op <http://www.louvre.fr>
- ¹¹ Zie onder meer Nulens, G. et al (2006) *Aanwezigheid culturele sector op Internet: een evolutie (2003-2006)*. Presentatie tijdens Rondetafel e-cultuur. Vrije Universiteit Brussel, december 2006.
- ¹² Zie <http://www.museuminzicht.be>
- ¹³ Zie <http://www.thewab.be>
- ¹⁴ Personal Digital Assistant, een klein mobiel toestel dat in feite een draagbare computer is die een aantal functies kan combineren waaronder telefoon, agenda, gps-navigatie, spelletjes, enz. Pda's maken dikwijls gebruik van minitoetsenborden en aanraakschermen. De schermen worden steeds beter en kunnen aldus ook gebruikt worden om culturele inhoud te ontsluiten.
- ¹⁵ Zie <http://www.archie-project.be>
- ¹⁶ Hoewel daar uiteraard ook uitzonderingen op zijn. Zo bieden de audiogidsen van het Museum of Modern Art in New York de mogelijkheid om informatie te krijgen voor verschillende doelgroepen: waaronder gewone bezoekers, tieners, kinderen en slechthorenden. Zie <http://www.moma.org>
- ¹⁷ Een bloemlezing van de impressies is terug te vinden op <http://www.stadschromosomen.be>
- ¹⁸ Meer info op <http://murmurtoronto.ca/>
- ¹⁹ Zie <http://www.mobigags.nl>
- ²⁰ PlayStation Portable, een populaire gameconsole die steeds meer wordt ingeschakeld voor de ontsluiting van inhoud die de gamecontext overstijgt. Zo lanceerde PlayStation zelf al multimediale stadsgidsen voor zijn mobiele consoles.



- ²¹ Cielen, S. (2005). *'Are we being served?' Een kritische analyse en evaluatie van The Big Read en Restoration als cultuurparticipatieverhogende televisieprojecten in een context van digitalisering*. Onuitgegeven eindverhandeling, Vrije Universiteit Brussel.
- ²² Zie <http://www.cultuurzender.be>
- ²³ Zie <http://www.muziekweb.nl/digileen>
- ²⁴ Presto was een project binnen het Information Society Technologies Programme (IST) van het 5de kaderprogramma van de Europese Unie. Het project beoogde goedkope en kostenefficiënte technologie en processen te ontwikkelen voor de digitalisering van audiovisuele content. Meer info op <http://presto.joanneum.ac.at>
- ²⁵ Meer info op <http://www.fonos.nl>
- ²⁶ Nulens, G. (2007) Experteninterviews. In K. Michiels & P. Mechant (eds.) *Het virtuele kunstencentrum van de toekomst. Zoektocht naar een innovatief webplatform voor virtuele cultuurbeleving*. Lulu.com, p. 76.
- ²⁷ De Wit, D. & Esmans, D. (eds.) (2006) *E-cultuur. Bouwstenen voor praktijk en beleid*. Leuven: Acco, p. 37.
- ²⁸ Zie <http://projects.ibbt.be/erfgoed2.0/>
- ²⁹ Zie <http://projects.ibbt.be/pokumon/>
- ³⁰ Zie <http://www.cultureelerfgoed.be>
- ³¹ Zie <http://www.faronet.be>
- ³² Onder meer de diverse beeldbanken, verhalenbanken, online archiefcollecties, online museumcollecties, enz.
- ³³ <http://www.wvg.vlaanderen.be/erfgoed/beleid>
- ³⁴ Bauwens, J. & Nulens, G. (2005) *ICT in het culturele veld: de virtualiteit van het virtuele*. Working paper 2005-01 van het Steunpunt Re-creatief Vlaanderen, p. 33-34.
- ³⁵ De Wit, D. & Esmans, D. (eds.) (2006) *E-cultuur. Bouwstenen voor praktijk en beleid*. Leuven: Acco, 247 p.
- ³⁶ e-cultuurweblog op <http://www.e-cultuur.be/weblog/>
- ³⁷ de Haan, J. et. al. (2006) *Bezoek onze site. Over de digitalisering van het culturele aanbod*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, p. 118-119.
- ³⁸ https://projects.ibbt.be/pokumon/fileadmin/user_upload/frontendfiles/leaflet-pokumon-NL.pdf
- ³⁹ Zie <http://www.erfgoedlimburg.be>
- ⁴⁰ SIMIM, de Muziekindustrie Maatschappij, vertegenwoordigt en verdedigt de rechten van muziekproducenten. Meer info op <http://www.simim.be>
- ⁴¹ IFPI Belgium is de belangenvertegenwoordiger van 24 Belgische muziekproducenten en de Belgische vertegenwoordiger van de International Federation of the Phonographic Industry. Meer info op <http://www.ifpi.be>
- ⁴² <http://www.muziekarchief.be>
- ⁴³ Meer info op <http://www.vcob.be>
- ⁴⁴ Nederlandstalige versie van Librarything op <http://www.librarything.nl>
- ⁴⁵ De Wit, D. & Esmans, D. (eds.) (2006) *E-cultuur. Bouwstenen voor praktijk en beleid*. Leuven: Acco, p. 43-44.
- ⁴⁶ Denk bijvoorbeeld aan de betrokkenen bij een theatervoorstelling (acteurs, regisseur, auteur, enz.)
- ⁴⁷ Meer info over Creative Commons op <http://www.creativecommons.be>
- ⁴⁸ Werkers, E. & Van Damme, S. De juridische aspecten van het VACF prototype. In K. Michiels & P. Mechant (eds) *Het virtuele kunstencentrum van de toekomst. Zoektocht naar een innovatief webplatform voor virtuele cultuurbeleving*. Lulu.com, p. 217.
- ⁴⁹ Nulens, G., Daems, M. & Bauwens, J. (2005) 'Virtuele cultuurparticipatie in Vlaanderen', in J. Lievens & H. Waeye (eds.) *Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Reeks Cultuurskijder, Antwerpen: De Boeck, 115-138.
- ⁵⁰ Zie <http://www.desingel.be>



ICT ALS INSTRUMENT VOOR CULTUURPARTICIPATIE

- ⁵¹ Interview met Jemima Rellie (Tate Online) in Nulens, G. (2007) Experteninterviews. In K. Michiels & P. Mechant (eds.) Het virtuele kunstencentrum van de toekomst. Zoektocht naar een innovatief webplatform voor virtuele cultuurbeleving. Lulu.com, p. 78.
- ⁵² Nulens, G. (2007) Experteninterviews. In K. Michiels & P. Mechant (eds.) Het virtuele kunstencentrum van de toekomst. Zoektocht naar een innovatief webplatform voor virtuele cultuurbeleving. Lulu.com, p. 100
- ⁵³ Dit 'taggen' staat tegenover een top-down benadering waarbij inhoud op voorhand door experts binnen bepaalde categorieën werd geplaatst.
- ⁵⁴ De Wit, D. & Esmans, D. (eds.) (2006) *E-cultuur. Bouwstenen voor praktijk en beleid*. Leuven: Acco, p. 33-34.
- ⁵⁵ Toepassingen die door hun laagdrempeligheid en gebruiksvriendelijkheid ook gewone gebruikers mogelijkheden geven om inhoud te creëren, te verspreiden en te delen. Bekende voorbeelden: YouTube, Flickr, delicious, weblogs, enz.
- ⁵⁶ Keen, A. (2007) *The cult of the amateur*. New York: Doubleday, 228 p.
- ⁵⁷ Interview met Jemima Rellie (Tate Online) in Nulens, G. (2007) Experteninterviews. In K. Michiels & P. Mechant (eds.) Het virtuele kunstencentrum van de toekomst. Zoektocht naar een innovatief webplatform voor virtuele cultuurbeleving. Lulu.com, p. 78.
- ⁵⁸ Zie <http://www.vooruit.be>
- ⁵⁹ De online Vooruit-community was het resultaat van het VACF (Virtual Arts Centre of the Future), een IBBT-project waarin verschillende Vlaamse onderzoeksgroepen en bedrijven samenwerkten aan innovatieve oplossingen voor cultuurhuizen in een digitale omgeving. Zie <http://projects.ibbt.be/vacf/>
- ⁶⁰ Zie <http://www.amazon.com>
- ⁶¹ Zie http://ec.europa.eu/information_society/activities/digital_libraries/what_is_dli/index_en.htm
- ⁶² Zie onder meer Heck, W. (2006), Digitaal bladeren in Dante. Online-bibliotheek ontsluit Europees cultureel erfgoed, in *NRC Handelsblad*, 7 juli 2006.
- ⁶³ Zie <http://www.eblida.org> en <http://www.libereurope.eu>
- ⁶⁴ Zie persbericht *Google en Universiteitsbibliotheek Gent brengen honderdduizenden Nederlandstalige en Franstalige werken online*. Gent, 23 mei 2007, http://lib1.ugent.be/cmsites/Default.aspx?alias=BO_wwwboekentorenbe_google_persbericht
- ⁶⁵ Voor meer informatie, zie <http://www.cjsm.vlaanderen.be/e-cultuur/vlaanderen/index.html>
- ⁶⁶ Zie <http://www.michael-culture.org>
- ⁶⁷ Zie <http://pc-erato2.iei.pi.cnr.it/echo/>
- ⁶⁸ <http://projects.ibbt.be/ipea> - <http://projects.ibbt.be/erfgoed2.0> ↙ - <http://projects.ibbt.be/pokumon>
- ⁶⁹ Zie bijvoorbeeld de proceedings van *Workshop 9. Cultural heritage on the Semantic Web*. Workshop tijdens The 6th International Semantic Web Conference and the 2nd Asian Semantic Web Conference, Busan Korea, 12 november 2007.
- ⁷⁰ Zeegers, D. (2007) Ancienne Belgique. Participatie in e-cultuur. Presentatie tijdens de workshop 'nieuwe vormen van beschikbaarheid en gebruik'. Brussel, CJSJM, maart 2007.
- ⁷¹ Moreas, M. (2007) Digitale kloof in Vlaanderen. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering.
- ⁷² Het effect waarbij bepaalde maatschappelijke mechanismen ervoor zorgen dat de midden- en hogere sociale klassen sneller en gemakkelijker de vruchten plukken van een sociaal beleid, in dit geval het cultuurbeleid.
- ⁷³ Last.fm is een gratis online dienst die vaststelt naar welke muziek gebruikers luisteren op hun pc en op basis daarvan een persoonlijk muziekprofiel creëert. Aan de hand van dat profiel worden muziektips gegeven en kan de gebruiker in contact komen met gebruikers met een gelijkaardig luisterprofiel. Meer info op <http://www.last.fm>
- ⁷⁴ Laenen, A. (2004) *Rapport Online Enquête HETPALEIS 2004*. Antwerpen: HETPALEIS.



- ⁷⁵ Laenen, A. (2007) Een portret van HETPALEISpubliek 2001 - 2005: cijfers, feiten en wetenswaardigheden. Bundeling Publieksonderzoeken van 2001-2005. Antwerpen: HETPALEIS, p. 58-59.
- ⁷⁶ Erfgoedproject dat nagaat welke sporen de werelddtentoonstelling van Brussel vandaag heeft nagelaten. Wat herinneren mensen zich nog van Expo '58 en hoe hebben ze dat beleefd? De getuigenissen worden verzameld en op diverse manieren verspreid: web, boek, tentoonstellingen, acties, doelgroepprojecten, ...
- ⁷⁷ De Wit, D. & Esmans, D. (eds.) (2006) *E-cultuur. Bouwstenen voor praktijk en beleid*. Leuven: Acco, p. 232.
- ⁷⁸ Zie <http://projects.ibbt.be/pokumon/>
- ⁷⁹ Zeegers, D. (2007) *Ancienne Belgique. Participatie in e-cultuur*. Presentatie tijdens de workshop 'nieuwe vormen van beschikbaarheid en gebruik'. Brussel, CJSJ, maart 2007.
- ⁸⁰ Voor meer info over beheersvennootschappen, zie een overzicht van Katrien Van der Perre op: <http://www.kunstenloket.be/kunstenloket/view/nl/46445/93133>
- ⁸¹ Zie <http://www.cjsm.vlaanderen.be/e-cultuur/documentatie/index.html>
- ⁸² Zie onder meer Raad voor Cultuur (2003) *eCultuur, van i naar e. Advies over de digitalisering van de cultuur en implicaties voor cultuurbeleid*. Den Haag: Raad voor Cultuur.
- Kenis, D. & Walterus, J. (2005) *Beleidsvisies voor 'digitaal erfgoed' in Vlaanderen. Een beleidsverkennd onderzoek*. Brussel: Vlaamse Regering.
- De Wit, D. & Esmans, D. (eds.) (2006) *E-cultuur. Bouwstenen voor praktijk en beleid*. Leuven: Acco.
- ⁸³ Zie <http://www.e-cultuur.be/weblog/>
- ⁸⁴ Schwarz, M. (1999) Digitale media in de technologische cultuur. Perspectieven voor een kunst- en cultuurbeleid. Den Haag: Ministerie van OCW.
- ⁸⁵ Zijnde de interculturele cultuur die voortvloeit uit invloeden van meer dan één cultuur, bijvoorbeeld een vermenging van Afrikaanse en Aziatische cultuur.
- ⁸⁶ ONE Agency (2007) *De digitale openbare bibliotheek in Vlaanderen: een strategische kijk op de toekomst*. Brussel: Vlaamse overheid.
- ⁸⁷ Posthuma de Boer, M. (2007) *Interregeling e-cultuur*. Bericht op Virtueel Platform Nederland op 13 maart 2007 via <http://www.virtueelplatform.nl/article-3918-nl.html>.
- ⁸⁸ Recent lanceerde de openbare omroep het nieuwe digitale cultuurkanaal www.klara.be dat alleszins de verdiepende mogelijkheden van een online culturaanbod illustreert.

Auteur

Gert Nulens
(IBBT/SMIT – Vrije Universiteit Brussel)

Met medewerking van

Tim Raats
(IBBT/SMIT – Vrije Universiteit Brussel)

Projectmanagement

Els Van den Cruyce (viWTA)
Stef Steyaert (viWTA)

Taalcorrectie

Luk Vanrespaille

Lay-out

B.Ad

Verantwoordelijke uitgever

Robby Berloznik,
directeur viWTA - Samenleving en technologie
Vlaams Parlement
1011 Brussel

Het Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek

Het Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek is een onafhankelijke en autonome instelling verbonden aan het Vlaams Parlement, die de maatschappelijke aspecten van wetenschappelijke en technologische ontwikkelingen onderzoekt. Dit gebeurt op basis van studie, analyse en het structureren en stimuleren van het maatschappelijke debat. Het viWTA observeert wetenschappelijke en technologische ontwikkelingen in binnen- en buitenland en verricht prospectief onderzoek over deze ontwikkelingen. Op basis van deze activiteiten informeert het viWTA doelgroepen en verleent het advies aan het Vlaams Parlement. Op die manier wil het viWTA bijdragen tot het verhogen van de kwaliteit van het maatschappelijk debat en tot een beter onderbouwd besluitvormingsproces.

Samenstelling Raad van Bestuur

De heer Robert Voorhamme is voorzitter van de Raad van Bestuur van het viWTA. de heer Jean-Jacques Cassiman is de ondervoorzitter.

De Raad van Bestuur van het viWTA bestaat uit:

Mevrouw Fientje Moerman;

De heer Eloi Glorieux;

Mevrouw Kathleen Helsen;

De heer Jan Peumans;

De heer Erik Tack;

Mevrouw Monica Van Kerrebroeck;

Mevrouw Marleen Van den Eynde;

De heer Robert Voorhamme

als Vlaams Volksvertegenwoordigers;

De heer Paul Berckmans;

De heer Jean-Jacques Cassiman;

De heer Stefan Gijssels;

Mevrouw Ilse Loots;

De heer Harry Martens;

De heer Freddy Mortier;

De heer Nicolas van Larebeke-Arschodt;

Mevrouw Irène Veretennicoff

als vertegenwoordigers van de Vlaamse wetenschappelijke

en technologische wereld