

Onder Professoren

Hoe plat is de beeldbuis?

Sandra Jongenelen In de serie ‘Onder Professoren’ plaatst Boekman interviews met voor het betreffende thema relevante hoogleraren. David Garcia is hoogleraar Digitale cultuur aan de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, Gust De Meyer is hoogleraar Communicatiewetenschap aan de KU Leuven.

Wat is de invloed van de massamedia? Vraag het de hoogleraren David Garcia en Gust De Meyer en ze geven een tegengestelde mening. Zet Garcia vooral vraagtekens bij de gevestigde televisie die de werkelijkheid gekleurd op het scherm brengt, De Meyer omarmt het medium. Het kijken naar soaps en reality-tv-programma's maakt mensen slimmer, is zijn boodschap.

De Vlaming De Meyer is hoogleraar in de Communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit Leuven, terwijl Garcia aan de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht hoogleraar Digitale cultuur is. Beiden spreken zich uit over kunst, cultuur en digitalisering, al is hun werkterrein totaal verschillend. Hun gedachtegoed loopt zo uiteen dat het nauwelijks in één artikel is te vatten, maar tegelijkertijd geeft dat een meerwaarde. Het lijkt een reuzensprong van de een naar de ander, maar het overbruggen van de kloof vereist uiteindelijk slechts een kleine brug.

Cultuurpopulist

De Meyer omschrijft zichzelf graag als cultuurpopulist en gaat in tegen de overheersende opinie dat de digitale cultuur ons de laatste decennia dommer heeft gemaakt. Zijn stelling is dat videogames, televisie, film en internet het gemiddelde intelligentieniveau van kijkers omhoog hebben gekrikt. Populaire cultuur, zo betoogt hij, is dermate complex dat ons brein er in positieve zin door is gebrainwasht. Dat is een heel ander geluid dan gebruikelijk. De meeste mensen hekelen de populaire cultuur vanwege de negatieve invloeden van geweld en seks en de verkeerde representatie van de werkelijkheid. (De Meyer 2006)

Zou De Meyer een keuze moeten maken tussen de populaire muziek van Clouseau of de groene kevers van kunstenaar Jan Fabre dan geeft hij de voorkeur aan de Belgische popgroep. ‘Veel kunstenaars mogen hier jaloers op zijn’, merkte hij enigszins provocerend op naar

aanleiding van de massale belangstelling van 250.000 muziekkliefhebbers voor een concert in het Antwerpse Sportpaleis. (*Nieuwsblad*, 17 december 2003)

Bij zijn Britse collega David Garcia draait het vooral om de mogelijkheden die digitale netwerken als medialabs bieden. De netwerken zorgen in zijn visie niet zozeer voor een grotere afhankelijkheid tussen sectoren en mensen, als wel voor meer interdependentie. Centrale vragen bij hem: hoe beïnvloeden dergelijke netwerken de cultuur en wat voor impact hebben ze op de politiek?

Garcia heeft zijn wortels in de kunstwereld en trok na afronding van zijn kunstopleiding eind jaren zeventig naar Amsterdam. Het was niet alleen de hoofdstad die lokte, maar vooral het feit dat Nederland het enige land in Europa was met een volledig televisiekabelnetwerk. Samen met twee kunstenaars maakte hij begin jaren tachtig televisie-uitzendingen voor de Amsterdamse publieke zender Salto. Het programma werd live opgenomen in een studio in de leegstaande tunnels nabij het Waterlooplein, waar inmiddels een speelparadijs voor kinderen is gevestigd. In die tijd was het een onaangename plek, vooral bevolkt door heroïne-verslaafden. In de studio heerste een enorme vrijheid, waarbij iedereen in de uitzending kon komen, herinnert Garcia zich ruim 25 jaar later. ‘Je oma groeten? Prima. Eigenlijk was het een internetproject zonder internet.’

Als videokunstenaar deed hij mee aan tentoonstellingen van onder andere het Institute of Contemporary Art in Londen en het Stedelijk Museum in Amsterdam, dat zijn werk ook aankocht. Daarnaast organiseerde hij conferenties en was hij een van de oprichters van Time Based Arts, dat samen met Montevideo fuseerde tot het Nederlands Instituut voor Mediakunst, Montevideo/Time Based Arts.

Halverwege de jaren tachtig was Garcia initiatiefnemer van de manifestatie Talking

Back to the Media met grote namen als John Baldessari. Met hun werk probeerden de deelnemende kunstenaars de werkelijkheid zoals voorgeschoteld door de media, te ontrafelen en becommentariëren.

Medialaboratorium

En daarmee zijn we min of meer bij zijn academische carrière aanbeland. De belangrijkste ingrediënten van zijn huidige onderzoek vormen de media, technologie en cultuur. Daarbij draait het om wetenschappers, kunstenaars en mensen uit het bedrijfsleven. Zijn eigen overstap naar de academische wereld was een logisch vervolg op de activiteiten die hij organiseerde. Als wetenschapper kon hij zijn ideeën met de pen vormgeven.

Hij zegt het fysieke maakproces van het kunstenaarschap te missen, maar bleef tegelijkertijd trouw aan de onderwerpen die hij als kunstenaar, organisator en initiator al verkende. Want achteraf zijn de televisie-uitzendingen onder het Mr. Visserplein een van de eerste medialabs in Amsterdam, nu zijn centrale thema. Een media-lab(oratorium) is in feite een samenwerkingsverband tussen mensen van verschillende achtergronden met doorgaans een sterke culturele component, gericht op het experiment.

Pionier is het Media Lab van het Amerikaanse Massachusetts Institute of Technology (MIT), een van de meest prestigieuze technische universiteiten ter wereld.¹ Dat Media Lab werd in 1985 opgericht door Nicolas Negroponte, auteur van onder andere het boek *Being Digital* en meer recent bedenker van het project *One Laptop per Child*.

Bijzonder aan het Media Lab was het model, waarbij mensen uit verschillende disciplines – wetenschappers, technici, kunstenaars en vertegenwoordigers uit het bedrijfsleven – met elkaar samenwerken, vertelt Garcia. ‘Technologie was te belangrijk om alleen onder ingenieurs te houden. Technologie werd deel van onze

cultuur en had ruimte nodig zich te ontwikkelen.’ Ook was de financiering van het Media Lab ongewoon. Er kwam geen overheidsfinanciering aan te pas, maar alleen geld uit de markt. Sponsors kregen het intellectueel eigendom van producten in handen, maar hadden verder geen zeggenschap.²

Hoe vernieuwend het Media Lab in de beginjaren ook was, de wortels gaan eigenlijk terug naar de jaren zestig, stelt Garcia. Hij ziet popart-kunstenaar Andy Warhol met zijn studio annex The Factory als grondlegger. Sommigen noemen Warhol leeg, maar Garcia vergelijkt hem met het midden van een elpee. ‘Zonder dat gaatje was er niets.’

Artistieke pretenties

De eerste jaren was iedereen met enige artistieke pretenties welkom bij The Factory, ontmoetingsplaats voor artiesten, homo’s, travestieten, junks en fotomodellen. John Cale – medeoprichter van de Velvet Underground – verklaarde een paar jaar geleden de naam. ‘Terwijl iemand een doek maakte, was iemand anders een screentest aan het filmen. Elke dag gebeurde er weer wat anders.’

Tijden veranderen, maar een hedendaagse, activistische versie van Warhols medialab is het Britse Mongrel, letterlijk

‘Techno-
logie
was te
belang-
rijk
om alleen
onder
ingeni-
eurs te
houden’

vertaald: sukkel. Het internationaal toonaangevende kunstenaarscollectief is gespecialiseerd in digitale media en rekt kunstenaars en zogeheten hacktivisten tot de leden. Denk bij dat laatste aan een combinatie van activisme en hacken, het inbreken op computers als strijd tegen onrecht.

Het werk van Mongrel is opgenomen in toonaangevende collecties van onder andere het Centre Pompidou in Parijs. Ook deed de groep een onlineopdracht voor de Tate Gallery in Londen. Een visueel commentaar van Mongrel op de moord op Theo van Gogh verscheen drie jaar geleden in *de Volkskrant*.³

Bij hun sociale projecten maakt Mongrel veelal gebruik van software en media, zoals bij *Telephone Trottoire*, een samenwerking met een Congolees radiostation in Londen. Doel ervan was de Congolese gemeenschap in de Britse hoofdstad te betrekken bij zaken die voor hen van belang waren.

‘Fifteen minutes of fame’

Op dit punt zijn we aanbeland bij de brug naar het werkterrein van communicatiewetenschapper Gust De Meyer. De sprong van de medialabs naar reality-tv lijkt behoorlijk groot, maar in feite zijn de uitzendingen die Garcia begin jaren tachtig maakte, een soort realitytelevisie avant la lettre. Niet langer was de boodschap het resultaat van de gekleurde mening van een journalist. Er kwamen echte mensen aan het woord net als in *Big Brother*. Warhols *fifteen minutes of fame* waren een feit.

Terwijl collega’s van De Meyer spraken over de vervlakking van de cultuur omschreef hij *Big Brother* als kunst. ‘Kunst vandaag leeft van spektakelwaarde. Kijk maar naar de cloaca van Wim Delvoye of de hamzuilen van Jan Fabre. Als *Big Brother* gelijkwaardige vragen oproept als een conceptueel kunstwerk waarbij een vrouw in een glazen huis wordt opgesloten, namelijk over de vervaging tussen private en

publieke ruimte, dan is het in die context evengoed kunst. Dat John de Mol (producent van *Big Brother*) niet de intentie heeft een kunstwerk te maken, lijkt me logisch.' (*De Standard*, 1 september 2001)

In zijn boek *De beste smaak is de slechte smaak* (De Meyer 2006) verbreedt hij die stelling. Soaps, videogames, films, internet, zijn complexer dan menigeeen denkt. Voor veel mensen is een televisiekijker niet veel meer dan een *couch potato*, iemand die passief voor de buis hangt en de aangeboden waar vreet, maar die passiviteit kent gradaties, meent De Meyer. Veel populair entertainment doet volgens hem wel degelijk een beroep op de intelligentie van de chipskauwende toeschouwer.

Programma's als *The Soprano's* en *Desperate Housewives* zijn complex, gelaagd en verwijzen vaak naar de actualiteit, politiek of geschiedenis. Een aflevering kent een relatief hoog tempo. Wie wel eens een televisieprogramma uit de oude doos ziet, begrijpt hoeveel sneller we visueel denken en informatie hebben leren verwerken.

Ook de dagelijkse soaps en real-lifesoaps rekent De Meyer tot complexe televisie. Ze leren de kijker hoe mensen met elkaar omgaan, hoe we problemen oplossen, wat onze emotionele intelligentie is en

Soaps,
video-
games,
films en
internet
zijn com-
plexer
dan
menigeeen
denkt

hoe we zelf in elkaar zitten. Louter consumeren is er niet bij, want bij real-lifesoaps als *Big Brother* kan de kijker actief ingrijpen door een persoon weg te stemmen of tot winnaar uit te roepen.

Domme bezigheden?

Televisie, internet en videogames worden vaak weggezet als domme bezigheden vol seks en geweld. Als dat al waar is dan zet De Meyer daartegenover dat seks en geweld de verbeelding altijd hebben aangesproken. 'Denk aan de drama's van Shakespeare.' Ook de Bijbel is er niet van gespeend.

Is een computerspelletje niet gewelddadig, dan zien mensen het vooral als een asociale bezigheid. De Meyer zet daar een prikkelende vraag tegenover. Wat is er asocialer dan het lezen van een boek (in een hoekje met een boekje)? Vergeleken met een videogame noemt hij lezen zelfs 'een daad van onderwerping'. De lezer is genoodzaakt het pad van de schrijver te bewandelen, terwijl de videogamer met de interactieve spelletjes zijn weg zelf kan hakken. 'Lezen is lineair in tegenstelling tot de interactieve videospelletjes, waarbij kinderen leren de leiding te nemen om de situatie onder controle te krijgen.' Veel ouders klinkt zijn verhaal waarschijnlijk als muziek in de oren; nooit meer een naar gevoel als de kinderen te lang naar het computerscherm loeren.

De Meyer ontkracht ook de veelgehoorde mening dat mensen door de opkomst van de televisie, internet en videospelletjes nauwelijks meer lezen. Nog nooit werden er zoveel boeken verkocht als de afgelopen jaren, in Vlaanderen, maar ook in Nederland. In 2007 gingen er 45 miljoen Nederlandstalige titels over de toonbank. Een record, zo blijkt uit cijfers van de Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB).⁴

Maar zijn videogames, televisieprogramma's of films daarmee ook Grote Kunstwerken?

Sandra Jongenelen

is freelance journalist en schrijft onder meer voor *Het Financieele Dagblad*, *Kunstbeeld* en *HP|De Tijd*

Moet *Big Brother* net als James Joyce tot de canon of het universitaire curriculum behoren? Volgens De Meyer is er een minderheid van cultuurpauzen die het absolute recht opeist om te oordelen over de Goede Smaak. Het antwoord van deze ‘culturo’s’ is ontkenkend. Zij doen de populaire cultuur af als eendimensionaal en clichématig; als kitsch, pulp, junk en massacultuur. Ze weigeren te kijken naar de complexiteit van populaire televisiecultuur, stelt De Meyer daartegenover. Zelf ziet hij wel degelijk Grote Kunstwerken binnen de populaire cultuur, doordat alle eigenschappen van hoge kunst ook van toepassing kunnen zijn op de lage cultuur: zelfbewust, origineel, authentiek, inventief, virtuoos, emotioneel ontroerend, compromisloos, revolutionair en complex.

Vervolgens draait hij de vraag om door enkele hedendaagse kunstwerken aan een kritische blik te onderwerpen. Hij vertelt over de glaszerven van een sculptuur van Bjarne Melgaard die in een stofzuigerzak verdwenen. Hetzelfde lot trof een werk van de Duitse kunstenaar Gustav Metzger, dat door een schoonmaakster van de Tate Britain per vergissing werd weggegooid. Het kunstwerk – een soort transparante vuilniszak gevuld met kranten en oud papier – dateert uit de jaren zestig. Volgens de kunstenaar was het te zwaar beschadigd om nog tentoongesteld te worden, waarna hij het vernielde kunstwerk door een ander exemplaar verving. (*De Morgen*, 28 augustus, 2004) De Meyer: ‘Hopsa: vuilniszak weg, andere in de plaats. Hoe kan zo’n vuilniszak zwaar beschadigd zijn als er meteen een ander exemplaar voor in de plaats tentoongesteld kan worden? Is dat werk dan even complex als het eerste?’

Vergelijkbaar commentaar geeft hij op de meterslange geboetseerde drol van de Britse kunstenaar John Isaacs. *Are we not the same you and I*, luidt de nogal voor de hand liggende titel. ‘Snap je de complexe boodschap van dit kunstwerk: zijn we niet allen dezelfde drollen-

producenten? Daar kon je voordien natuurlijk niet op komen.’

Het zijn de grenzen die de hedendaagse kunst opzoekt die De Meyer op een licht ironische manier aan de kaak stelt, maar helemaal ongelijk heeft hij niet. Hij trekt in ieder geval de conclusie dat hedendaagse kunst vergeleken met de complexiteit van populaire cultuur in het niets verzinkt.

Ter afsluiting nog één keer terug naar het medialab Mongrel dat burgers de mogelijkheid biedt dankzij de digitale ontwikkelingen mee te doen aan de samenleving. Programma’s als *Idols* en *Big Brother* liggen in feite in het verlengde doordat de kijker kan participeren en de macht heeft in te grijpen. Het is uiteindelijk aan de bellers om te bepalen wie de winnaar wordt van *Big Brother*, de talentenjacht *Idols* of het survivalprogramma *Expeditie Robinson*. De Meyer: ‘Dat is een vorm van interactiviteit die binnen de cybercultuur vanzelfsprekend is.’ Lang leve de digitale cultuur!

Literatuur

De Meyer, G. (2006) *De beste smaak is de slechte smaak: Populaire cultuur en complexiteit*. Leuven (etc.): Acco.
Garcia, C. (2008) *Culture Labs: creative spaces in the age of networks* (nog niet gepubliceerd).

Noten

- 1 www.media.mit.edu.
- 2 Zie voor een overzicht van medialabs Garcia 2008.
- 3 Kijk op de website www.mongrel.org.uk onder projecten, 2005, Mohammedb.
- 4 Nederlandse literatuur scoort hoog in de CPNB Top-100 best verkochte boeken 2007, persbericht 17 februari 2008, zie www.cpnb.nl.