

Black Streets, White Buildings and the Digital Grey Zones.

1. Nätverkskulturen Då

Denna text handlar om hur ny kommunikationsteknologi och Internet-teknologier förändrar det vi kallar spontankultur. Jag kommer att ta upp flera exempel från Internet som modell för hur den här kulturen kan komma att organiseras och vilka utmaningar som finns när man ska, som här, försöka fånga upp den, stödja eller institutionalisera den.

Jag använder ordet nätverkskultur för att beskriva den här spontankulturen och med det menar jag en kultur som genomsyras av nätverksteknologier både i uttrycket och i organiserandet av den. Det är inte helt lätt att peka ut de här nätverkskulturerna. Om detta hade varit 10-15 år sedan skulle det ha varit lättare att identifiera en specifik nätverkskultur. Inte för att den har dött ut nu. Tvärtom. Det är för att den genomsyrar nästan allt av det vi här kallar spontan kulturell verksamhet. Därmed blir det svårare att identifiera en nätkultur som en slags subgenre och det kan vara värt att backa lite i tiden för att förstå hur nätkulturen som nu genomsyrar all kultur uppstod.

På 90-talet gjordes försök att skapa en nätverkskultur, tillsammans med en nätkritik och en nätkonst som kunde ses som egna fält. Hittills hade de snarare levt inbäddade i andra institutioner. Denna diskussion uppkommer samtidigt som man börjar prata om informationssamhälle, e-demokrati och andra koncept för att föreställa sig nätets inverkan på samhället. Men de kommer också innan Internet blev allmänt tillgängligt och nätverkskulturen kunde därför formulera en egen vision om hur det framtida nätsamhället kunde se ut. Här såg man Internet som en ny virtuell värld, där reglerna som präglade det vanliga samhället inte gällde. John Perry Barlows "A Cyberspace Independence Declaration" vittnar inte minst om den synen på nätet.

Men denna nätkultur från 90-talet hamnade inom en kris när nätet spred sig till alla sektorer och kommersialiserades. Även då det flyttade bort från hemdatorn och in i sådan som mobiltelefoner. Nätet blev transparent och inte en separat del av samhället. Det blev tydligt att det inte var en helt ny värld. Utan snarare en uppsättning protokoll som intervererade och muterade redan existerande praktiker och institutioner.

Även Piratbyrån är en del av samma nätkritik som försöker utforska vad nätet innebär, fast som en slags andra våg. Vi startade när nätet bestod av gråzoner. Det var delvis kommersiellt, delvis ideellt. Delvis möjliggjorde frihet, delvis kontroll. Utforskandet av de här gråzonerna och nya relationerna känns mer relevant än att försöka bygga upp en utopisk frizon. Nätet får större betydelse genom att förändra existerande strukturer, snarare än skapa nya utanför dem.

2. Nätverkskulturen Nu

Idag präglas kulturlivet i allt högre grad av nätverkskulturens egenskaper. Horisontell, decentraliserad kommunikation skapar en hög grad av självorganisering som får allt större inflytande över allt fler områden.. Det innebär också att våra förväntningar på vad som är kommersiellt och ideellt, professionellt och amatörmässigt, ställs på huvudet. Vi får en IT-industri som delvis drivs av ideellt frivilligarbete och inom det alternativa kulturlivet blir samarbeten med varumärken och reklam accepterat, under vissa villkor.

Den alternativa, subkulturella utanförpositionen som var möjlig från 80-talet och fram till Internets utbredning håller på att försvinna. Den alternativkulturen kom till i en tid då det gick att etablera alternativa nätverk och distributionsformer för fanzine, kassetter, skivor, spelningar, inspelningar. Samtidigt som mainstreamkulturen blev mer likriktad. Idag existerar all kommunikation i samma släta rum. Vi får ett fragmenterat kulturellt landskap med olika mikrokulturer, men inte subkulturer som tar avstånd från EN mainstreamkultur.

Nätverkskulturen är inte ett isolerat system externt till resten av samhället utan skapar länkar till andra sektorer, inte minst är den ömsesidigt beroende av teknikindustrin. I dess mest enkla form är den här relationen mellan teknikindustrin och kulturen en där spontankulturen är användare och teknikindustrin är utvecklare. Exempelvis när det gäller Youtube, Myspace eller Facebook. Det är en intressant relation och väl värt att studera villkoren för den. Vilken frihet får användarna, vem kontrollerar innehållet, vem tjänar pengar etc. Men det är ännu mer

intressant när de korsas ytterligare. När teknisk utveckling blir kultur aktivitet som i fallet med sociala media. Eller när den kulturella aktivitetens mening förstärks av att man använder sig av teknologi.

Allt fler kulturområden, genom kommunikationsteknologi, blir delvis till en del av teknikindustrin och påverkas därmed av detta. Musik och andra uttryck som till vissa delar kan lagras, digitaliseras och kopieras blir det. Men även gallerier, teaterscener, performance-studios och svartklubbar. Främst de aktiviteter som sker mer informellt, med små resurser eller i legala gråzoner. Inte bara för att de kan använda nätet som marknadsföringskanal. Nätverkskulturen förändrar organiseringen, möjligheterna till att koordinera aktiviteter, publikens bakgrund och förväntningar samt skapar ett nytt sätt att kommunicera som alla påverkas av.

Att tekniken skapar nya sätt att kommunicera innebär också att den skapar nya urbana miljöer. På senare tid används nätet allt mer för att skapa lokal information och kommunikation med sin närmiljö, snarare än att vara ett kontextlöst arkiv av digital information.

Nätverkskulturen skapar Mikrostäder. I en tät stad som Malmö existerar fysiskt överlappande men socialt isolerade Mikrostäder. De uppkommer för att man genom nätet kan välja sitt eget informationsflöde och skapa en kommunikation med en närmiljö som filtrerar bort vad man inte vill ha information om. Man går till samma klubbar, äter på samma ställen och köper kläder på samma ställen som andra i sitt sociala nätverk. Samtidigt kan man ha en granne som man aldrig ser och inte har något gemensamt med. Gemensamma platser betydelse skapas helt olika beroende på vilket lager av information man omger dem med.

3. De kreativa industrierna

Låt oss se hur utvecklingen av nätverkskulturen setts från offentligt håll.

Kulturekonomin har på senare tid blivit väldigt intressant. En gång sedd som en marginell företeelse inom den allmänna ekonomin har nu allt mer intagit en central plats som den primära källan för ekonomiskt värde. Den här tanken utvecklades först i Storbritannien där ett antal sektorer samlades under paraplybegreppet "kreativa industrier", från kulturindustrin till mjukvaruindustrin. Det var IT-industrins framgångar som gjorde att brittiska politiker fick upp ögonen för immateriell produktion byggd på kreativitet och innovation. Och det var den som ledde dem till att utforska fler sektorer där vinster skulle kunna utvinnas genom intellektuell egendom. Idén om den kreativa industrin, som den utvecklades i Storbritannien kom som en skänk från ovan i en tid där industriell produktion flyttade till låglöneländer. De kreativa industrierna lovade en konstant självförnyande outtömlig resurs som till skillnad mot de gamla kolindustrierna aldrig skulle ta slut eller ha dålig inverkan på miljön och arbetarna. Den kreativa industrin verkade lova att hela tiden revitalisera ekonomin genom att skapa nya värden.

Tyvärr såg man felaktigt att IT-industrin skulle vara primärt driver av vinster man får genom intellektuell egendom och därmed såg man också kulturen som driven av intellektuell egendom och hårdare lagar på det området som främsta stimulans för de kreativa industrierna. Men om man tittar på webb-industrin ser man tydligt att affärsmodellen är att dela med sig information och tjänster istället för att skydda den och vinsterna kommer främst från den uppmärksamhet som tjänster och program lyckas skapa. Istället är det reklam, support och skraddarsydda produkter som driver utvecklingen. Misslyckandet med att förstå kreativitetens drivkraft har gjort att den här visionen håller på att överges.

Vad vi ser idag är en andra våg av kreativa industrier. Där den första baserades mycket på tillverknings-tänk, produktion och stärkt intellektuell egendom är den nya mer upplevelsebaserad och situerad i lokala kontexter.

Den här typen av kreativa industrier syftar till att återuppväcka eller skapa lokal kultur på regional nivå i en globaliserad värld för att på så sätt särskilja sig och därmed skaffa sig en monopolsituation där man kan dra nytta av globala flöden av kapital, människor och information. Man särskiljer sig för att locka turister eller investerare just till sin region eller stad. I det här spelet mellan regioner skapas nya samarbeten mellan det offentliga och det privata och ett tänkande som tidigare bara fanns inom näringslivet börjar också influera det offentliga livet och kulturpolitiken som i exemplet citybranding.

Kreativa industrier idag handlar mer om att dra ekonomisk nytta av fri spridning av information och självorganiserande kultur (precis som webben som övergivit betalmodeller och satsar på fri information som skapar uppmärksamhet). Självorganiserande kultur innebär också att det inte är en så stor investering för en stad att satsa på de kreativa industrierna. Det mesta arbetet görs gratis av den spontana kulturen och politiker behöver inte skapa stora håll i stadsbudgeten för att kunna visa upp att man gör sin stad till en kreativ region - till

skillnad mot de stora satsningar som krävs för att locka till sig avancerad forskning till exempel. När kreativiteten ska användas för att revitalisera lokala kulturer behöver den inte ha direkt ekonomisk inverkan, även om det i slutändan är måttet den mäts med. Om den här instrumentaliseringen av kulturen är till nytta eller skada återstår att se. Kritikerna finns, som menar att det är en täckmantel för företagets skydd av intellektuell egendom, att den driver upp fastighetspriser som driver ut de kreativa själva och skapar gentrifierade områden samt ökar den allmänna flexibiliseringen och osäkerheten på arbetsmarknaden.

Även om kritiken är befogad får vi ändå skilja på utnyttjande av kreativitet som är exploativ, som i fallet med fastighetsmarknaden och ett utnyttjande som inte är destruktivt exempelvis i fallet fri information och bredbandsuppkopplingar. De immateriella ekonomierna har materiella motparter och den andra vågens kreativa industrier fokuserar mer på dem än på direkt ekonomisk kapitalisering av immateriella produkter. Det är också viktigt att skilja flödet av människor i form av turism, där man kommer till en stad och deltar och upplever den som konsument, oavsett om det är för en vecka eller för ett år, och den där människor deltar som en del av ett produktivt nätverk.

Städer som Barcelona lider av en kreativ effekt som är kortsiktig och konsumtionsinriktad, Berlin börjar delvis gå mot samma öde. Folk åker dit för att uppleva en spännande kultur som betraktare och den börjar inrikta sig mer och mer på att gynna betraktaren. Andra städer, som Rotterdam eller Köpenhamn, försöker istället använda de kreativa industriernas närvaro för att skapa ett klimat där en större del av invånarna ska få möjlighet att utveckla sin kreativa aktivitet - utan att säga något om resultatet. Här måste det finnas en balans. Återigen påminner det om vad som händer på webben. Om vi tar wikipedia som exempel så är det ett fåtal produktiva som upprätthåller en tjänst för flertalet icke-produktiva - turister. På webben är det ok att ha den här fördelningen eftersom en gratisanvändare inte innebär någon kostnad och inte tränger ut aktiva användare på något sätt. Balansen mellan produktiva och icke-produktiva behöver nog vara annorlunda när det gäller städernas kultur som använder sig av begränsade utrymmen.

4. Nätverkskulturpolitik

Frågan är hur brett man är beredd att definiera den spontana kulturen? Har alla invånarna en kreativitet som ska frammanas eller finns det en viss kreativ klass? Ju bredare definitionen är, desto längre bort från 'lösningar' kommer man och ju närmare en slags helhetspolitik för det urbana livet kommer man. En allmän välfärdspolitik för informationssamhället. Kanske det här även är en fördel med talet om kreativa industrier. Att det blir som en katalysator för att tänka om kring politik och välfärd överhuvudtaget. 'Stödja kultur' blir inte så enkelt som att med pengar uppmuntra en klass av kulturproducenter. Om alla ska bli kreativa går det inte längre att ha en apparat som filtrerar ut vissa kulturproducenter och sen stödja det fåtal som tagit sig igenom filtret. Kreativa industrier ska inte bara ses som en del av det man traditionellt kallat kulturpolitik, där kulturen är en avgränsad del av samhällslivet.

Självorganiserande kultur innebär dock inte att alla är lika kreativa och aktiva och att tänka så riskerar att leda till en väldigt diffus politik när man talar om att stödja kreativitet. Precis som i digitala nätverk skapas det hubbar och supernoder, men de är snabbt utbytbara och någon annan kan stiga upp lika fort och ta deras plats. Uppmärksamheten i decentraliserade nätverk är inte jämt fördelad utan det bildas lätt gigantiska noder, webbsidor som Google och Facebook, medan de allra flesta får väldigt lite uppmärksamhet, som det stora antalet bloggar. Den mesta spontankultur blir också bara uppmärksam av de närmaste. Vem som blir en supernod kan dock snabbt skifta och de kan falla lika snabbt som de stigit. De är heller inte supernoder i nätverket för att de skiljer sig nämnvärt från de som inte är det utan för att de vid ett tillfälle lyckades få flödet av uppmärksamhet att strömma deras väg och därmed blir attraktiv även för andra. Som exempel kan vi ta Myspace som är en kass tjänst för musik, men nästan alla band finns där eftersom de då kan länkas samman med andra band och hamnar högt upp hos sökmotorerna.

Hubbarna är viktiga för att de skapar länkar mellan olika mikrostäder. De blir samlingspunkter för en kritisk massa och kan korsbefrukta olika mikrokulturer. De drar till sig nya noder därför att andra redan är där. Så fungerar exempelvis klubbvärlden. En klubb får besökare, inte för att den är objektivt bättre än andra, utan för att besökarna vet att det kommer vara massa andra besökare där. Därför är Facebook-events ett så viktigt verktyg för klubblivet eftersom att man kan visa upp flest (och snyggast) besökare redan innan evenemanget och därmed minska risktagandet för besökarna (och ta ut mer betalt).

Hur stödjer man en nätverkskultur som denna? Som tidigare genom att identifiera vissa framgångsrika aktörer och grupperingar, eller går det att stödja själva infrastrukturen för att hålla uppe ett levande, dynamiskt och

flexibelt kulturliv? Går det att stödja själva dynamiken i den komplexa process som skapar och återskapar hubbar och supernoder i allt högre hastighet? Om det är så att vi intresserar oss för en decentraliserad, självorganiserande och snabbt växlande kultur, så krävs det också att det institutionella stödet till den är lika decentraliserat och flexibelt. Stödet till nätverkskulturen handlar mer om att skapa klimat för självförverkligande men ändå behålla en viss distans. Riktade åtgärder, som uppifrån-byggda kreativa områden upplevs ofta som inautentiskt, stelt och planerande och nybyggda kreativa områden riskerar att överkodifiera den kreativa processen.

Igen kan vi se på webb-industrin hur det finns olika steg av ekonomiskt stöd. Det går att till mycket liten kostnad sätta upp en webbsida som konkurrerar om uppmärksamheten på samma villkor som andra webbsidor - helt ofiltrerat och oöverskådligt. I fall man gör en bra sida, får uppmärksamhet och det börjar strömma dit folk är brukar det första steget för att få en ekonomi vara att sätta upp annonser på sidan. Det ger inga rikedomar, men blir ett sätt att hålla huvudet över ytan. Ju fler besökare, desto större kostnad, men också desto större intäkter från annonserna. Ett distribuerat självorganiserande mikro-inkomstsystem som möjliggör en viss kontinuitet och möjligheten för webbsidor att visa sin potential. Utöver det finns systemet med riskkapitalister som kan ge en webbtjänst en skjuts över en viss tröskel som kan vara svår att ta sig över med linjärt växande intäkter. De fungerar som ett filter som identifierar de sidor som visat sig ha potential och möjliggör för dem att maximera den. Genom det extra kapitalet kan tjänsten utvecklas och i riskkapitalistens förhoppningar ge utdelning på de satsade pengarna. Vi får alltså en kombination av ofiltrerade experiment, mikrobetalningar i proportion mot popularitet samt lån för att infria en potential.

5. Kulturentreprenören

I en självorganiserande miljö tar det sociala nätverket över en del funktioner som välfärdsapparaten tidigare hade - inte minst förmedling av arbetstillfällen och bostäder, kompetensutveckling och skolning i samorganisering. Det innebär givetvis också att det är ännu värre att hamna utanför det. Vilket kan ske både genom tekniskt haveri och socialt utanförskap. Idén om de kreativa industrierna är del av en större utveckling som gör att staden skiftar från att vara baserad på välfärd och planering till att handla om entreprenörskap och självförverkligande.

De kreativa industrierna och kreativt arbete har en inverkan på conceptualisering av arbete, subjektivitet och samhället i stort. Med spontankulturen kommer också idén om ett självförverkligande, eget initiativtagande och en entreprenörsanda som driver den kreativa arbetaren. Denna modell förväntas även av andra. Allt fler blir kreativa arbetare. Allt fler områden ska genomsyras av kreativitet. Den kreativa arbetaren är modellen för någon som klarar den globala informationserans snabbt föränderliga krav och osäkra tillstånd.

De kreativa industrierna är kanske inte så mycket ett svar på en post-industriell kris som en post-välfärds-kris. Välfärdssystem urholkas, den offentliga sektorn privatiseras, institutioner krackelerar och fram kommer den självförverkligande kreativa entreprenören som skapar sin egen framtid. De kreativa arbetarna tjänar som testgrupp och PR-kampanj för den här livsstilen som allt fler kommer få dras med. Den kreativa industrins typiska arbetare är baserad på konstnären, självförsörjande, bohemisk, flexibel - kombinerad med millenieskiftets IT-entreprenör, hårt arbetande, kommersiellt inriktad, innovativ. Ansvaret ligger helt på individen och dennes sociala nätverk. Här är ingen är längre arbetslös utan istället frilansare. Man identifierar sig inte med sin nuvarande situation, exempelvis sitt dagjobb, utan ser det som en övergångsperiod till något annat i framtiden, sitt självförverkligande.

Med detta följer även en upplösning mellan arbete och fritid som vi kan se både subjektivt hos personen men också på platser. Konstnärens loft blir modellen för en plats som kombinerar fritid och arbete, kreativa kontor inreds som vardagsrum. Dessa platser där byggande av sociala nätverk och kulturellt utbyte pågår bredvid arbete blir viktiga för att skapa den densitet som krävs för att maximera interaktionen mellan mikrostäder. Platser där man kan träffa bekantas bekanta, likasinnade med nya perspektiv, framtida samarbetspartners - där man kan dela information, kunskap och resurser.

6. Gråzonerna

Nätverkskulturen skapar självorganiserande till viss grad, men den är inte på något sätt isolerad från resten av samhällslivet. Tvärtom, nätkulturen är alltid insyltad i massa andra industrier. Det handlar inte så mycket om ren självorganisering, användargenererat innehåll, DIY eller P2P. Den spontana kulturen är beroende av mjukvara, telekom, fastighets- och krögårbranschen, staten, EU, konstinstitutioner, universitet. Nätverkskulturer skapar inte

egna zoner, utan gråzoner inom existerande institutioner. De tar existerande arkitektur och institutioner i anspråk, bemäktigar sig dem och använder dem som plattformar. Nätverkskulturen frodas i de här gråzonerna. Icke-formella situationer, o-definierade platser, tillfälliga utrymmen, luckor i lagstiftningen. Nya möjligheter som följer med kommunikationsteknologi och ökad flexibilitet skapar mer komplexa beroenden och förhållanden mellan kultur och teknikindustri, offentlig och privat sektor och formell och informell produktion, kommersiell och icke-kommersiell kultur, mellan konst och konsumtion. Och detta skapar nya förutsättningar för att stödja kulturen.

I denna komplexa miljö går det inte att ha ett allt för instrumentellt förhållningssätt till kreativitet och se en för enkel relation mellan åtgärder, stöd och kulturell utveckling. Kreativiteten drivs av ett begär till skapande som inte grundar sig på rationella överväganden. Ett skapande trots förutsättningarna istället för på grund av dem. En undersökning av tyska städer listade nyligen Berlin som nummer 48 i en ranking som involverade sysselsättning, inkomst, produktivitet och skuldsatthet. Detta trots att Berlin räknas som en av Europas mest kreativa städer. Risken med att blåsa upp hypen kring kreativa industrier är att stadens kulturliv blir turistbaserat. De gråzoner och den undergroundkultur som skapade Berlins kreativitet drivs istället iväg därifrån. I exemplet Berlin skapades inte den berömda kreativiteten för att det fanns riktade åtgärder utan just på grund av bristen på dem. Ett icke-restaurerat Östberlin ledde till att det fanns tomma lokaler att ockupera, arbetslösheten till att det fanns tid och frånvaron av satsningar på kreativa industrier att det fanns en frihet att utveckla ett kulturellt klimat utan att tänka på dess lönsamhet.

Tyvärr tenderar talet om de kreativa industrierna också ackompanjeras av försök till att utradera gråzonerna. Från de första idéernas fokus på hårdare upphovsrätt till hur stadsomvandlingarna i kreativitetens tecken skapar nya, rena områden. Ironiskt då att de kreativa industrierna förlitar sig på nätverk som etablerats innan talet om de kreativa industrierna kom till. I situationer som präglades av oförståelse från omvärlden, isolering och nöd, men också frihet från insyn. Där knöts de starka kontakterna. Det gäller klubbkulturen, subgenrer inom musik och även IT-entreprenörer. Dessa har även utvecklats tack vare indirekt stöd som generösa bidragssystem för arbetslösa och studenter. Vad vi ser här är inte system för att folk ska kunna tjäna pengar på sin kreativitet så mycket som att de kan klara sina levnadskostnader och samtidigt hålla på med sina kreativa projekt. De pengar som flyter in är tillräckligt för att hålla huvudet över ytan och kunna arbeta villkorslöst, men inget som ger en stabil inkomst.

Den här gråzonskulturen kan inte planeras, men man kan öka sannolikheten för att den ska uppstå. Frågan är om man både stödja en nätverksbaserad spontankultur men ändå hålla den spontan och låta den utvecklas på egna villkor. Med någon kombination av rätt klimat för självorganisering och riktat stöd. Här finns ingen generell lösning. Per definition är kreativitet något som undkommer etablerade ramar, inklusive sin egen definition. Även om diskussionen kring kreativa industrier kan bidra med värdefulla initiativ - om de baseras på en förståelse för hur självorganiserande kultur fungerar - måste man ändå komma ihåg att kreativitet och innovation är något som händer trots ett visst system och i dess gråzoner, inte på grund av det eller inom det.