



Hadewych Minis leest voor uit Boccaccio's *Decamerone*.
© Internationaal Theater Amsterdam, VPRO/MONDO
en Het Nationale Theater

Het digitaal erfgoed van de toekomst wordt nu gemaakt

Wat levert de coronacrisis ons op als het om het registreren van digitaal erfgoed gaat? Wat gaan we leren van de nieuwe digitale en online initiatieven voor erfgoed tijdens de coronacrisis? En wat zal ervan beklijven?

Vanuit het besef dat deze periode een belangrijke pagina in onze geschiedenis zal worden, ontstonden er al snel initiatieven in en rond het culturele veld om het dagelijks leven in de anderhalvemetersamenleving te documenteren. Het Netwerk Digitaal Erfgoed (NDE) heeft erfgoedinstellingen opgeroepen om mee te bouwen aan een digitale erfgoedcollectie over het coronavirus en de gevolgen ervan voor Nederland, zodat onderzoekers en het publiek in de toekomst zich een beeld kunnen vormen hoe het leven in tijden van corona was. De wijze waarop dit tot nu toe gedocumenteerd is, geeft al zicht op het archief van de toekomst. DEN kennisinstituut cultuur & digitalisering vulde dit aan door ook kunstenaars op te roepen hieraan bij te dragen.¹

Verzamelen, reflecteren en registreren

Opvallend is dat erfgoedbeherende instellingen, kunstenaars én het publiek daaraan bijdragen. De erfgoedinstellingen verzamelen, kunstenaars reflecteren en het publiek registreert. Verschillende archiefinstellingen ontwikkelen campagnes rond corona als hotspot.² Stadsarchief Rotterdam roept burgers bijvoorbeeld op om het alledaagse leven te documenteren, door foto's in te sturen van informatieborden, spreuken op straat, solidariteitsacties of voorbeelden van flyers en posters met mededelingen over coronamaatregelen. Maar ook door opgetekende ervaringen te delen over het leven in quarantaine, in de

vorm van briefjes, dagboeken en aantekeningen.³ Het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid lanceerde de open call *Field Recordings* in tijden van corona en vraagt het publiek om geluidsopnames te maken.⁴

Cultuurmakers kiezen thema's voor hun werken die direct gerelateerd zijn aan het leven in deze periode, met de reeks streams waarin acteurs van Internationaal Theater Amsterdam en Het Nederlandse Theater elke dag een verhaal vertelden uit de *Decamerone* als een van de meest in het oog springende voorbeelden.

Museum Schiedam deed een oproep voor Troostkunst uit Schiedam en publiceerde vijftig affiches met deze door corona geïnspireerde kunstwerken. Ze konden als poster online besteld worden en zijn als set ansichtkaarten te koop.⁵

Het verhaal over deze periode bestaat hoofdzakelijk uit digitaal materiaal en het intensieve gebruik van communicatie via onlinekanalen als sociale media. Dit soort nieuwe digitale initiatieven zet daarmee het vraagstuk van het duurzaam bewaren van content via de diverse digitale communicatiekanalen op de agenda.

Troost, afleiding en verbinding

Zowel in de kunsten als in het erfgoed worden voortdurend creatieve oplossingen verzonnen om kunst en cultuur te kunnen presenteren.⁶

Digitalisering biedt mogelijkheden om werk te tonen, tóch (nieuw) publiek te bereiken en te betrekken en om – in geringe mate – geld te →



Thomas Cammaert leest voor uit Boccaccio's *Decamerone*.
© Internationaal Theater Amsterdam, VPRO/MONDO
en Het Nationale Theater

verdienen. Niet alleen DEN biedt een overzicht van dit soort initiatieven, maar ook de Boekmanstichting en het Landelijk Kenniscentrum voor Cultuurparticipatie en Amateurkunst (LKCA).⁷

In de Nederlandse media is veelvuldig geponeerd dat juist in tijden van corona het publiek behoefte heeft aan troost, afleiding en verbinding en dat vooral de cultuursector deze kan bieden. Zo zochten makers en erfgoedinstellingen in groten getale andere manieren om hun bestaand of nieuw digitaal materiaal, (digitale) erfgoedcollecties en de verhalen die daarin verscholen liggen aan het publiek te tonen.

In Nederland is in de afgelopen jaren, aan de hand van de principes van de nationale strategie digitaal erfgoed, flink geïnvesteerd in het digitaliseren van de erfgoedcollecties en in het ontsluiten ervan.⁸ Veel erfgoedinstellingen konden

daardoor aan het begin van de crisis met hoogwaardig gedigitaliseerd collectiemateriaal direct online aan de slag.

Diverse musea en archieven bieden virtuele rondleidingen aan, waarbij de directeur, curator of een gast het publiek meeneemt door het gebouw en verhalen vertelt over de voor die persoon belangrijke of meest inspirerende werken. Zo vertelde Jan Rudolph de Lorm, directeur van museum Singer Laren, elke dag op het Singer's YouTube-kanaal over een kunstwerk uit de lopende tentoonstelling en deden conservatoren van het Rijksmuseum dit vanuit huis in de videoserie *#Rijksmuseumfromhome* met gebruik van de aanwezige digitale collectie.

In de podiumkunstinstanties geldt een andere uitgangssituatie, want daar beschikken de instellingen vaak niet over hoogwaardig digitaal artistiek materiaal. De meeste registra-

ties van voorstellingen zijn veelal niet geschikt of bedoeld voor online vertoningen voor een breed publiek. Een geschikte registratie voor online vertonen vereist een goede montage van opnames vanuit verschillende camerastandpunten. Voor podiumkunstinstanties is door de coronalockdown hun archief met registraties van voorstellingen in een totaal ander licht komen te staan. Als deze in de toekomst naast werkarchief ook geschikt moeten zijn voor online streaming, vraagt dat een andere kwaliteit, een ander budget binnen de productiebegroting en een specifieke regie om het online publiek mee te nemen in het verhaal. Operahuis De Munt in Brussel investeert al sinds 2011 in kwalitatief hoogwaardige registraties van zijn operavoorstellingen, die ook een eigen regie kennen. Na de laatste livevoorstelling zijn deze registraties nog minstens zes weken online beschikbaar om het bereik van de voorstellingen te vergroten (Molema 2020).⁹

Experimenten aan de hand van 'digital storytelling'

DEN als kennisinstituut cultuur en digitalisering produceerde een reeks actuele artikelen en virtuele gesprekken over en met initiatieven om het digitaal artistiek materiaal op nieuwe manieren onder de aandacht te brengen bij het publiek. Met aansprekende voorbeelden en praktische tips die ook andere instellingen op weg helpen. Denk bijvoorbeeld aan artikelen over hoe je je werk digitaal kunt tonen, online interactie met publiek realiseert, over mogelijkheden om daar inkomsten bij te genereren en hoe je online een verhaal vertelt.¹⁰

Voor podiumkunstinstanties is door de coronalockdown hun archief met registraties van voorstellingen in een totaal ander licht komen te staan

In een van de artikelen wordt verwezen naar Anna Faherty, die in 'Why stories matter to museums and how can museums become better storytellers' het belang van het vertellen van verhalen met collecties benadrukt (Faherty 2019). Daarvan zagen we in de afgelopen tijd uiteenlopende voorbeelden. Naast het streamen van voorstellingen en het tonen van virtuele rondleidingen werd er geëxperimenteerd met andere digitale formats om het gebouw, archief of de collectie voor het publiek op nieuwe manieren te ontsluiten. Podcasts blijken daarvoor goede dragers. Net als twitteraccounts, zoals die van @SUEtheTRex en #HashtagTheCowboy Tim die als suppoosten van respectievelijk het Field Museum en het National Cowboy Museum (beide in de VS) de virtuele bezoekers (onderdelen van) de lege musea laten zien. Beide zijn daarmee viraal gegaan.

Tetem, een onderzoekend presentatieplatform rond digitale cultuur in Enschede, stelde voor de bezoeker een op afstand te besturen robot beschikbaar om de expositieruimte vanuit huis te kunnen bezichtigen. In het kader van het Mahlerjaar werkte het New York Philharmonic samen met Google Arts & Culture om het leven en werk van Mahler in New York via verschillende vormen van storytelling tot leven te brengen. Hiervoor heeft New York Philharmonic nieuwe digitale content ontwikkeld in samenwerking met archieven en musea. Maar ook het publiek zat niet stil. Een groep vrienden begon in WhatsApp een challenge: 'Maak een bekend schilderij na met minstens drie voorwerpen uit je huis. Het Instagram-account *Tussen kunst en quarantaine* met foto's van mensen die thuis bekende of minder bekende kunstwerken nabootsen, heeft nu al meer dan 280.000 volgers!

Van reactie naar strategie

In de eerste weken van de lockdown gingen culturele instellingen met veel energie aan de slag met ad-hocexperimenten zoals het organiseren van virtuele tours en het streamen van voorstellingen. Digitale initiatieven kunnen een belangrijke rol spelen om de langzame opstart van de livebeleving, die eerst nog maar voor kleine aantallen publiek beschikbaar komt, aan te vullen en zelfs te versterken. De enorme publieksaantallen bij de livestreams van bijvoorbeeld het Metropole Orkest (MO) in de eerste →



Adelheid Roosen leest voor uit Boccaccio's *Decamerone*.
© Internationaal Theater Amsterdam, VPRO/MONDO
en Het Nationale Theater

weken van de lockdown zijn exemplarisch.¹¹ Het MO trok met de eerste vier livestreams bijna 280.000 bezoekers. In heel 2019 waren dat er 100.000. Dit heeft bij veel instellingen de ogen geopend voor de onlinemogelijkheden. In hoeverre zijn de waardevolle ad-hocacties die we al zagen om te zetten naar duurzame en meer strategische oplossingen? De uitdaging is nu hoe het onlinekanaal in te zetten voor andere content dan materiaal dat in wezen gemaakt is voor een livebeleving. Met andere woorden, nieuwe digitale content die ook het verhaal van de instelling vertelt en waarbij medewerkers bij de instellingen, stakeholders en het publiek zich anders tot elkaar gaan verhouden. Denk aan podcasts die fysieke inleidingen en nabesprekingen op locatie vervangen of een virtueel kijkje achter de schermen om de bezoeker alvast warm te maken voor een livebezoek. Of die niet alleen

meer vertellen over en inzicht geven in de signatuur en portfolio van kunstenaars of makers, maar ook van de instelling zelf. Nu er voorlopig nog geen zicht is op een *back to normal*, kan de sector nadenken over nieuwe scenario's voor een combinatie van live en online werk tonen en verhalen vertellen. Dit levert weer nieuw digitaal materiaal op voor het archief van de toekomst.

Digitale strategie en kansen voor de toekomst

Bij het nadenken over wat je wil bereiken en hoe je je impact kunt vergroten lijkt een combinatie van fysiek én digitaal geen keuze meer, maar een gegeven. Een combinatie van op elkaar afgestemd aanbod vergroot de wendbaarheid en weerbaarheid van de organisatie, maar biedt ook de ruimte voor rijkere verhalen voor het publiek van de toekomst. Het is technisch mogelijk om de online

collecties en digitaal materiaal met elkaar te verbinden. Een goed voorbeeld hiervan is Oorlogslevens.nl van Netwerk Oorlogsbronnen.¹² Vanuit een grote hoeveelheid verspreide digitale bronnen worden persoonlijke verhalen van mensen tijdens de Tweede Wereldoorlog zichtbaar gemaakt.

Het is waardevol voor cultuurinstellingen om te investeren in trainingen om hun medewerkers digitaal vaardig te maken én in het ontwikkelen van digitale content en diensten om bijvoorbeeld andere doelgroepen te bereiken en participatie van nieuwe te stimuleren. Digitale ‘klantkunde’ wordt daarmee steeds belangrijker. Hoe ervaren digitale bezoekers online cultuur, wat zoeken ze? En waarin verschillen de diverse gebruikersgroepen? Dit gaat bij uitstek over het bedienen en bereiken van het publiek van de toekomst zowel met live-ervaringen als via online verhalen, zoals de nieuwe digitale en online initiatieven voor erfgoed die tijdens de coronacrisis zijn ontstaan, demonstreren. Dit vraagt om een andere werkwijze, nieuwe businessmodellen, rijke digitale content en meer samenwerking met andere organisaties. Kortom, een strategische visie op een samenhang van digitale activiteiten, waarbinnen ruimte blijft voor experimenteren.

Om cultuurinstellingen verder in staat te stellen online nieuwe culturele ervaringen te bieden en te kunnen concurreren met andere digitale diensten, zijn er investeringen in kennis, infrastructuur en digitale diensten nodig. Er liggen grote kansen en uitdagingen om in samenwerking van kunst- en erfgoedinstellingen met partijen uit de creatieve industrie en media te komen tot duurzame digitale proposities en platforms, rijk aan nieuwe formats en services. De kans is groot dat het publiek van de toekomst steeds meer gewend is om cultuur online te zoeken, bezoeken en beoefenen. Met nieuwe digitale culturele content blijft de cultuursector inspireren, ontroeren en troost bieden, en daarmee een bijdrage leveren aan het digitale archief van de toekomst. ●

Literatuur

- Faherty, A. (2019) ‘Why do stories matter to museums and how can museums become better storytellers?’
Op: www.museumnext.com, 7 juli.
- Molema, G. (2020) ‘Bij De Munt is online opera al jaren een nieuwe werkelijkheid’.
Op: www.den.nl/publications.
- Nemo (2020) *Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe: final report*. (S.l.): Network of European Museum Organisations.
- 3 <https://stadsarchief.rotterdam.nl/over-ons/nieuwsoverzicht/corona-vastleggen/beeldengeluid.nl/nieuws/open-call-field-recordings-tijden-van-corona>
- 4 www.stedelijkmuseumschiedam.nl/troostkunst-uit-schiedam/
- 5 Uit onderzoek van Network of European Museum Organisations (NEMO) in maart en april 2020 naar de impact van corona op musea in Europa blijkt dat de bevraagde musea een significante publiekstoename hebben gezien op hun digitale kanalen en dat veel musea hun digitale activiteiten hebben uitgebreid (NEMO 2020).
- 6 www.den.nl/digitaal-als-alternatief-voor-fysiek; www.boekman.nl/actualiteit/online-cultureel-initiatieven/; www.lkca.nl/artikel/corona-initiatieven/#overzichtenandereorganisaties
- 7 www.netwerkdigitaal erfgoed.nl/over-het-netwerk/nationale-strategie/
- 8 www.demunt.be/nl/sections/388-mm-channel
- 9 www.den.nl/digitaal-als-alternatief-voor-fysiek/online-tonen-tegen-betaling
- 10 www.den.nl/publications
- 11 www.oorlogslevens.nl
- 12

Noten

- 1 DEN is het landelijk kennisinstituut cultuur & digitalisering en ondersteunt de cultuursector (erfgoed en kunsten) bij het benutten van de mogelijkheden van de digitale transformatie, www.den.nl. Netwerk Digitaal Erfgoed (NDE) is opgezet om met alle erfgoedinstellingen in Nederland een stelsel van landelijke voorzieningen en diensten te ontwikkelen voor het verbeteren van de zichtbaarheid, bruikbaarheid en houdbaarheid van digitaal erfgoed, www.netwerkdigitaal erfgoed.nl. DEN is het onafhankelijke kennisinstituut binnen dit netwerk.
- 2 www.nationaalarchief.nl/archiveren/kennisbank/hotspot-covid-19-relevante-informatie-blijvend-bewaren



Marcus Cohen is senior beleidsmedewerker bij DEN en houdt zich onder andere bezig met ontwikkelingen rond open data-platforms voor de (podium)kunsten



Maaike Verberk is algemeen directeur bij DEN en onder meer lid van de expertgroep Digital Cultural Heritage and Europeana (DCHE) van de Europese Commissie