

## Verslag Collegagroep digitale participatie, 12 december 2019, Sint-Janshospitaal, Brugge

### 1. Naar een duurzaam beeld-en databeleid in de musea... wat kan de Vlaamse Kunstcollectie voor u doen? (Pascal Ennaert, Vlaamse Kunstcollectie)

In het verleden was de Vlaamse Kunstcollectie (VKC) een samenwerkingsverband van enkele kunstmusea, maar sinds begin 2019 heeft de organisatie een ruimere rol: het ondersteunen van musea in Vlaanderen met hun data- en beeldbeleid. Om de inhoud van die dienstverlenende rol duidelijk te maken hanteert de VKC het beeld van de ijsberg, waarvan het grootste gedeelte zich onder het wateroppervlak bevindt. Dat is het gedeelte waarop de VKC-werking zich richt: de digitale back-officeprocessen van de musea. Men kan ze opsplitsen in drie lagen:

- de contentlaag;
- de uitwisselingslaag;
- de hergebruiklaag.

Wat de **contentlaag** betreft, richt de VKC zich op het aanbieden van ondersteuning in functie van een optimaal gebruik van collectieregistratiesystemen zoals Adlib, TMS en CollectiveAccess. Dat gebeurt in belangrijke mate door het gezamenlijk doorlopen van trajecten waarin het standaardiseren, normaliseren en verrijken van metadata en content centraal staat. Die trajecten worden opgezet in samenwerking met PACKED (nu: meemoo). Bij de standaardisering, normalisering en verrijking wordt conformiteit met de CEST-richtlijnen nagestreefd. Ze omvatten bv. het koppelen met externe authorities en naamregisters (zoals bv. VIAF, AAT, RKDartists, ODIS en Iconclass), het normaliseren van temporele en geografische data en het toekennen van persistente identifiers. Wat het beeldbeleid betreft, streeft VKC naar de realisatie van het principe dat van werken die zich in het publieke domein bevinden (en waarvan dus de auteursrechtelijke bescherming verstreken is), ook de digitale fotografische reproducties onderdeel moeten zijn van het publieke domein.

Wat de **uitwisselingslaag** betreft, richt de VKC zich op de geleidelijke uitbouw van een technische infrastructuur die een optimale uitwisseling van data en beelden mogelijk maakt. Centraal hierin staan de datahub en de (proefopstelling van de) beeldenhub. Zij functioneren als een soort verdeelsteker die de uitwisseling mogelijk maakt. Voor die technische infrastructuur wordt een flexibel en open informatiesysteem beoogd. VKC hanteert hiervoor het beeld van de stereoketen, waarin probleemloos specifieke componenten kunnen worden vervangen zonder dat het functioneren van het geheel in het gedrang komt. Een cruciaal element in de uitwisseling van data en beelden is het gebruik van persistente identifiers. Centraal in de uitwisselingslaag staan de data- en beeldenhub, die allebei zijn opgebouwd uit open source componenten.

Eén keer aangesloten op de datahub en IIF-beeldinfrastructuur is het relatief eenvoudig om met een ontwikkelaar aan de slag te gaan en tal van vensters op de museumcollecties te zetten. VKC heeft zelf bovenop de data- en beeldenhub de Arthub gebouwd, een venster op de data en beelden in de data- en beeldenhub. De mogelijkheid is voorzien om in de toekomst verschillende dergelijke vensters te bouwen, elk met een eigen insteek (bv. volkskunde). VKC richt zich zelf enkel op de creatie van overkoepelende vensters. Aangesloten musea die een eigen venster willen bouwen voor hun eigen collectie stappen daarvoor best naar de markt. De rol van VKC beperkt zich daarbij tot die van adviseur. Tot de **hergebruiklaag** kunnen ook o.a. digitale bezoekersgidsen, Google Arts & Culture, Europeana en calamiteitenplannen behoren. De VKC onderhoudt momenteel ook een reeks eigen thematische websites:

- een website rond James Ensor;

- een website rond George Minne;
- een website rond de Vlaamse Primitieven;
- een website rond Barok in Vlaanderen;
- een website rond Abstract Modernisme;
- een website rond Pieter Breughel de Oude (in de maak).

Een groot voorbeeld voor VKC is de website van Metropolitan Museum (the Met). Alle contentlagen worden in die website ontsloten, inclusief de herkomstgegevens over de werken en de tentoonstellingen waarin ze te zien waren. Om dat te kunnen realiseren heeft VKC zelf de **datahub** opgezet. Die bevat vandaag nog geen zoekmachine. De datahub bevat machineleesbare data, die kunnen worden hergebruikt. De data omvatten ook verborgen datalagen, zijnde koppelingen naar externe gegevensbronnen. De **beeldenhub** is voorlopig een proefproject, waarbij gebruik wordt gemaakt van het open source Digital Asset Management systeem ResourceSpace. Ook IIF wordt daarbij geïmplementeerd, zodat de uitwisseling kan gebeuren m.b.v. van een IIF-compliant Image API en een IIF-compliant Presentation API. Voorlopig zijn de fotografische beelden enkel beschikbaar tot een maximale grootte van 5.000 pixels; anders duurt de oplaadtijd te lang. Metadata over auteursrechten ontbreekt voorlopig nog, waardoor er ook nog geen licenties toegekend zijn voor hergebruik. De bovenliggende **Arthub** bevat al een aantal contentlagen, een IIF-viewer waarmee men makkelijk kan inzoomen, machineleesbare data, ....

De dienstverlening die VKC aanbiedt is een betalende en gedifferentieerde dienstverlening. De maximale bedragen zijn per museum en per jaar

- 10.000 euro voor landelijke musea;
- 1.000 euro voor regionale musea;
- 500 euro voor lokale musea.

Voor de uitbouw van die dienstverlening voorziet VKC een traject van drie jaar.

## 2. Digitale strategie en digitale participatie in de Brugse Musea

### A. De aanpak van de digitale strategie van de nieuwe Cluster Cultuur Stad Brugge (Carolina Droogdijk, Cluster Cultuur Stad Brugge)

De Cluster Cultuur Stad Brugge is één van de verschillende clusters die bestaan bij de stad Brugge. Zo'n cluster heeft **verschillende diensten**, in het geval van de Cluster Cultuur zijn dat

- Stads- en OCMW-archief;
- Openbare Bibliotheek;
- Musea Brugge;
- Raakvlak (archeologische dienst);
- Erfgoedcel;
- Brugge Plus;
- Cultuurcentrum.

De Cluster Cultuur is ontstaan na een bevraging rond verschillende thema's (o.a. digitalisering en collectieregistratie) bij diensten binnen de stad Brugge. Uit die bevraging bleek dat er een nood is aan een Cluster Cultuur.

De **doelstellingen** van de Cluster Cultuur zijn breder dan het digitaal erfgoed. Ze omvatten o.a.

- kwalitatieve, rijke en herbruikbare en open data;
- bestaande producten onderhouden, verbeteren en inzetten;
- efficiënt, duurzaam en georganiseerd digitaliseren;
- kansen voor innovatie opsporen;
- het uitbouwen van doelgroepenwerking;

- het delen van kennis en expertise en experimenteren;
- experimenteren, *lessons learned* inzetten;
- breed communiceren;
- aandacht voor personeel en middelen.

De cluster omvat verschillende **werkgroepen** die bestaan uit minstens één personeelslid per dienst. De grootste werkgroep is de **Werkgroep Strategie**. De Werkgroep Strategie doet de opvolging van de deelwerkgroepen, potentiële projecten en de planning. Ze adviseert aan de diensthoofden van de Cluster Cultuur die verenigd zijn in de Cluster Management. Er is ook een **Expertenpool** die o.a. medewerkers van de IT-dienst, FARO en PACKED (nu: meemoo) omvat.

De werkgroepen werken structureel aan digitalisering, collectieregistratie en communicatie en publiekswerking. Voor iedere werkgroep vaardigt iedere dienst één personeelslid af, indien relevant. Iedere werkgroep heeft één verantwoordelijke die rapporteert aan de Werkgroep Strategie. Per werkgroep zijn er een reeks prioriteiten bepaald. Deze nieuwe manier van werken is net voor de zomer 2019 gestart. Actieve werkgroepen zijn de Werkgroep Beeldbeheer, de Werkgroep Collectieregistratie en de Werkgroep Communicatie en publiekswerking.

Verdere plannen zijn:

- de toevoeging van de Cluster Toerisme aan de Werkgroep Strategie;
- het opstarten van de Werkgroep Ticketing;
- de eliminatie van twee werkgroepen.

## **B. Onderzoeksproject meertaligheid ErfgoedBrugge.be (Alexander Soetaert, projectmedewerker digitale toepassingen)**

De portaalsite ErfgoedBrugge.be omvat:

- 23 collecties;
- 450.000 collectiestukken;
- 5 Brugse partners.

Hij bestaat sinds 2016. De data zijn vooral in het Nederlands. 90% van de paginaweergaven komt uit België. Maar de collectie heeft een internationale uitstraling. Men **vraagt zich af hoe men ook anderstalige bezoekers kan bereiken met de website**: tijdens het bezoek, maar ook tijdens de voorbereiding van het bezoek en achteraf. Brugge heeft jaarlijks 6.000.000 bezoekers.

Het project bestaat uit drie fases:

- onderzoek naar de **noodzaak** van meertalige erfgoeddata:
  - gebruikersonderzoek;
  - testcases (learnmore.be);
  - bestaande Engelstalige portaalpagina's;
- bepalen van **methodologie** voor meertalige data;
- **implementatie** van meertaligheid en ontwikkeling van **publiekstoepassingen**.

In het gebruikersonderzoek gaat men op zoek naar antwoorden op de volgende vragen:

- beantwoorden de gebruikers aan de vooropgestelde doelgroepen?
- is het aanbod van ErfgoedBrugge.be toereikend?
- hoe wordt de ErfgoedBrugge.be gebruikt? hoe zoeken de gebruikers?
- wat vinden de gebruikers (minder) goed?
- wat zijn de prioriteiten m.b.t. data?

In het gebruikersonderzoek zijn er verschillende **test cases**. Voor de eerste test case heeft men in het kader van Open Summer of Code een app (learnmore.be) ontwikkeld. Die bevat momenteel informatie (data en beelden) over negen barokschilderijen uit het Groeningemuseum. De data is afkomstig van verschillende opendatabronnen. De app wordt getest op locatie in het Groeningemuseum, in de zaal waar de werken hangen. Alhoewel men enthousiast is over de app, blijkt het in de praktijk moeilijk om de bezoekers de app daadwerkelijk te laten gebruiken. In een volgende fase zal men experimenteren met het gebruik van de app op de Burg. In de tweede test case staat de Engelstalige portaalwebsite Collections Musea Bruges centraal. Er wordt onderzocht waar de bezoekers van de website vandaan komen, en welke taal ze gebruiken.

Uiteindelijk moet het onderzoek naar meertaligheid de volgende onderzoeksvragen hebben beantwoord:

- wat zijn de noden en verwachtingen van internationale doelgroepen?
- welke objecten, documenten, of collecties krijgen prioriteit?
- welke metadata meertalig aanbieden?
- in welke talen?
- kopie van (een deel van) de huidige website of applicatie?
- bieden de Wikimedia-platformen mogelijkheden?
- hoe geven we bekendheid aan ErfgoedBrugge.be onder internationaal publiek?

### **C. Gezellewebsite en participatie (Els De Puyt, wetenschappelijk medewerker Guido Gezellearchief)**

Het Guido Gezellearchief heeft een **participatief project brieveneditie** opgezet, in samenwerking met drie partners:

- het Guido Gezellegenootschap;
- het Centrum voor Gezellestudie van de Universiteit Antwerpen;
- het Centrum voor Teksteditie en Bronnenstudie KANTL.

De verwachte resultaten van het project zijn **digitale reproducties van brieven die verrijkt zijn met transcripties**. Ze worden verwacht in het najaar van 2020.

De **pijnpunten** bij de uitvoering van het project zijn:

- het gaat om veel brieven (van de 7.000 brieven zijn er 500 geselecteerd voor het project);
- de brieven zijn niet altijd eenvoudig, sommige brieven zijn verknipt;
- de brieven zijn geschreven in verschillende talen;
- de ICT-kennis van de vrijwilligers is vaak beperkt:

De vrijwilligers werken in workshops met Word online en leren er omgaan met registers. Thuis werken ze aan edities. Daarnaast wordt ook nog een bredere groep betrokken via het Vraagveisterke.

Het Guido Gezellearchief werkt daarnaast ook aan de **vernieuwing van de Gezellewebsite**. Die wordt gelanceerd op 15 januari 2020. Ook dat is een **participatief project** waarbij verschillende partners zijn betrokken. De nieuwe website wil het online knooppunt zijn voor Guido Gezelle, en creativiteit en inspiratie, beelden en verhalen aanwakkeren. Meer dan 100 mensen werkten mee aan de realisatie van de website. Via labs wil men zoeken naar nieuwe invalshoeken op Gezelle. De labs zijn educatieve activiteiten, georganiseerd met behulp van de website:

- *Gezelle in de klas*;
- *Allemaal beestjes* (i.s.m. hogescholen), waarbij men inspiratie voor studenten/leerkrachten aanreikt om materiaal uit de Gezellewebsite in hun lesmateriaal op te nemen;
- project *Gezelle Academie* (met digitaal lab Brugge en Beeldatelier Dementie), waarbij het uitgangspunt is erfgoedstukken te bekijken en te gebruiken als inspiratie (bv. in atelier met mensen met dementie die er tekeningen bij maken);

- *Guido Gezelle voor kleuters*, waarbij kleuters werken met het gedicht De Averulle en de Blomme (de tekeningen van de kleuters en resultaten van de workshop rond Guido Gezelle en dichten en rijmen komen op website);
- *Waar is Guido?*, een project in de stad.

#### D. Multimedia in Gruuthuse Museum (Geert Souvereyns)

Men heeft onderzoek verricht naar de functie van **multimedia in de nieuwe museumopstelling** van het Gruuthuse Museum. Vroeger was het Gruuthuse Museum een museum voor toegepaste kunsten, nu is het een museum dat zich focust op de geschiedenis van de stad. Het museum heeft een gevarieerde collectie, en wil de bezoeker aanmoedigen om zich bij ieder tentoongesteld object de volgende vragen te stellen:

- wie heeft het gemaakt?
- waarvoor werd het gebruikt?
- wie was de eigenaar?
- wat vertelt het over de stad Brugge?

Doorheen de geschiedenis heeft het gebouw **verschillende invullingen** gehad. Deze evolutie is verwerkt in het museumparcours. Het museum omvat achttien zalen die zijn verdeeld in **drie tijdsperiodes**. Er zijn **drie types zalen**:

- architecturale ruimtes;
- contextzalen;
- museale zalen.

Men heeft getracht ritme en variatie in het tentoonstellingsparcours te brengen. Daarbij maakt men gebruik van **verschillende types multimedia**:

- montages van historisch beeldmateriaal;
- animaties;
- interactieve toepassingen (touch screens);
- games;
- films (vooral in museale zalen).

Het museum vertrekt vanuit **vier persona** (overgenomen van het Gallo-Romeins Museum, nl. concreet ervaren, actief experimenteren, reflectief observeren, abstract conceptualiseren), maar men voegt daar een vijfde persona aan toe omdat het museum ook wil inzetten op **inclusie**. Dat betekent dat men inzet op bv. gebarentaal, voelobjecten/tastbare elementen en een beschrijvende audioguide. Bij de herinrichting van het museum is ook rekening gehouden met bezoekers met een sensorïële beperking.

### 3. KOERS, museum van de wielersport: fysiek en digitaal tref- en knooppunt door Thomas Ameye (KOERS)

KOERS wil het **fysieke tref- en knooppunt** van de wielersport zijn. Het is een museum van de stad Roeselare, die zich zelf ziet als een fiets- en wielersstad. Het museum sloot in 2015, en is sinds 2018 terug geopend. Een centrale vraag in de werking is hoe het museum kan interageren met de wielersportgemeenschap. Het digitale staat daarbij niet los van het fysieke.

Het museum zet al enkele jaren sterk in op participatie, onder andere tijdens de sluiting van het museum tussen 2015 en 2018. Die **participatieve projecten** waren/zijn:

- *Koers in de living*, waarbij veertig museumstukken gedurende twee maanden werden uitgeleend aan burgers terwijl het museum gesloten was. Het project droeg sterk bij aan de vergroting van de KOERS-gemeenschap en de bekendheid van het museum;

- *Herbestemming collectie*, waarbij er tijdens Erfgoeddag 2015 stukken werden verkocht die werden afgestoten uit de museumcollectie;
- *Grand départ*, waar m.b.v. een ketting van vrijwilligers fietsen en trofeeën van het museum naar een nieuwe locatie werden verhuisd;
- de tentoonstelling *Collectioneurs kiezen uit museumcollectie*, waarbij collectioneurs objecten kozen uit hun rijke collectie en die keuze toelichten in de Paterskerk;
- *Eén jaar KOERS, taart voor iedereen*, waarbij iedereen werd opgeroepen om mee te komen vieren, maar tegelijkertijd ook op om zelf een taart te bakken voor het feestelijke taartbuffet;
- *10 jaar VDB* (tentoonstelling en boekvoorstelling VDB for ever);
- *Koerskaravaan* (rondreizend pop-up museum in een caravan).

KOERS wil ook het **digitale tref- en knooppunt** van de wielersport zijn. Het huidige digitale beleid van KOERS zet in op verschillende aspecten:

- een grote **inhaalbeweging op vlak van registratie en digitalisering**;
- het **bereiken van het publiek op andere manieren dan voorheen** door digitale communicatie en participatie.

Dat is nodig omdat het museum een historische registratie- en digitaliseringsachterstand moet inhalen. KOERS wil zijn unieke rijke collectie meer in de kijker zetten. Die ambitie om ook het digitaal tref- en knooppunt van de wielersport te zijn sluit aan bij de ambitie van het museum om zich te profileren als kenniscentrum en zijn wetenschappelijke werking verder te professionaliseren. De online aanwezigheid biedt ook mogelijkheden om bezoekers te bereiken die het museum door zijn niet-centrale ligging anders nooit zou bereiken. Wereldwijd is er een grote gemeenschap met interesse in de wielersport. Niet alle leden van die gemeenschap zullen ooit fysiek in staat zijn om het museum te bezoeken omdat het museum zich niet in een internationaal bekende grootstad bevindt. Digitalisering biedt mogelijkheden om die delen van de gemeenschap alsnog te bereiken.

Het museum heeft reeds belangrijke stappen gezet door de **aanwerving van een digitale collectiebeheerder** (oktober 2019), en werkt nu een **digitale strategie** die raakvlakken heeft met

- het collectiebeleid (eigenlijke digitalisering, e-depot, ...);
- de publiekswerking (online ontsluiting, digitale participatie, VR, ...);
- de organisatie (digitale maturiteit medewerkers, digitale werkprocessen, ...).

De **digitale participatieprojecten** van KOERS zijn:

- de *digitalisering van de collectie*, met o.a. fotografische 3D-representaties van gele truien (dit kan gebeuren door studenten of vrijwilligers; het museum wil ook een gespecialiseerde fotostudio inrichten die ook door privé-verzamelaars kan gebruikt worden);
- *bijdragen aan Wikipedia*, i.s.m. PACKED (nu: meemoo), waarbij informatie wordt toegevoegd aan de online encyclopedie (bv. over wielervrouwen) en info wordt gecorrigeerd en aangevuld (o.a. in schrijfsessies met bv. HOWEST- studenten van de opleiding journalistiek uit Kortrijk);
- *KOERS op tv*, waarbij de live verslaggeving over wielervedstrijden op tv via een tweede scherm wordt gekoppeld aan wielerinformatie uit het museum;
- *KOERSplatform*, dat een digitaal/online/interactief platform is dat de (kern)collectie en content ontsluit.

KOERS heeft nu jaarlijks 25.000 bezoekers. Men weet nog niet hoeveel bezoekers men digitaal bereikt. Men zal dat nagaan, alsook hoeveel mensen de content raadplegen/gebruiken die door KOERS op de Wikimediaplatformen wordt geplaatst.

Verslag: Greet Stappaerts (Middelheimmuseum) en Rony Vissers (meemoo)