

Publieksparticipatie in de culturele sector

e-brief

2011



Colofon

Publieksparticipatie in de culturele sector
Stichting Nederland Kennisland (2011)

Auteurs: Nikki Timmermans en Machteld Vinkenborg
Eindredactie: Tamara Mangelaars

Kennisland maakt Nederland slimmer. We ontwerpen en realiseren interventies om de kennissamenleving te versterken. Want een sterke kennissamenleving is de beste garantie om welvaart en welzijn voor iedereen te blijven genereren, nu en in de toekomst.



Op dit werk is een Creative Commons Naamsvermelding-GelijkDelen 3.0 licentie van toepassing. De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven, en afgeleide werken maken onder de volgende voorwaarden:

- De gebruiker dient bij het werk Stichting Nederland Kennisland te vermelden als maker van het oorspronkelijke werk.
- Indien de gebruiker het werk bewerkt, kan het daaruit ontstane werk uitsluitend krachtens dezelfde licentie worden verspreid.
- Bij hergebruik of verspreiding dient de gebruiker de licentievoorwaarden van dit werk kenbaar te maken aan derden.
- De gebruiker mag uitsluitend afstand doen van een of meerdere van deze voorwaarden met voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbende.
- Het voorgaande laat de wettelijke beperkingen op de intellectuele eigendomsrechten onverlet.

De volledige licentietekst is te vinden op <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/nl/>

Vragen over en reacties op deze e-brief kunnen worden gericht aan:

Stichting Nederland Kennisland
Postbus 2960
1000 CZ Amsterdam
info@kennisland.nl

De PDF-versie van deze publicatie is beschikbaar op de website van Kennisland: www.kennisland.nl

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Vijf stadia van participatie en praktijkvoorbeelden	5
3. Zelf aan de slag	13
Meer weten?	18
Bijlage: Voorbeelden publieksparticipatie	19

1. Inleiding

2011 is het jaar van de vergrijzing. Een record aantal mensen in Nederland zal dit jaar de leeftijd van 65 jaar bereiken. Deze babyboomgeneratie is vaak cultureel actief en beschikt over veel vrije tijd. Een vijver waarin het voor musea, theaters en muziekpodia dankbaar vissen is (Schnabel). Parallel aan de vergrijzing van onze samenleving, vergrijst ook het publiek van musea, concertgebouwen, theaters en kunsteducatieve instellingen. De meer traditionele vormen van cultuur. Volgens Van den Broek, De Haan en Huysmans van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP), dat onderzoek naar culturele trends in Nederland verricht, kan dit enerzijds verklaard worden vanuit het feit dat er meer ouderen in onze samenleving zijn. Anderzijds kan het verklaard worden vanuit het *Bildungsideal*, waar deze generatie mee opgegroeid is. De babyboomgeneratie is vooral geïnteresseerd in klassieke en gecanoniseerde cultuur en gericht op het aanleren van culturele competenties. Jongere generaties (20-49 jaar) richten zich meer op populaire vormen van cultuur zoals cabaret, popmuziek en de bioscoop. Voorlopig valt er inderdaad voor (traditionele) culturele instellingen nog veel winst te behalen uit de babyboomgeneratie. Met de nadruk op *voorlopig*. Want, over pakweg twintig jaar zal deze doelgroep weer kleiner worden en zal het voor instellingen juist belangrijk zijn om nieuwe generaties aan zich te binden om hun bestaansrecht te kunnen waarborgen. Maar hoe bind je een nieuw en jong publiek aan je instelling? Deze e-brief biedt hiervoor een handreiking.

Een sleutel voor het binden van nieuwe generaties lijkt te liggen in de transitie die onze samenleving doormaakt van een diensteneconomie naar een beleveniseconomie (Pine II & Gilmore). In het boek *The Experience Economy* (1999) beschrijven de auteurs dat we op zoek zijn naar meer dan alleen een product of dienst. We willen een *belevenis*, waarbij we een warm gevoel krijgen en een bijzondere ervaring. Bedrijven als Disney spelen in op het creëren van een belevenis door hun klanten te betrekken op een manier die ze bijblijft. Belangrijk aspect volgens Pine II & Gilmore is dat het niet meer gaat om het *amuseren*, maar om het *betrekken* van je publiek. Waar de babyboomgeneratie vooral komt voor het opdoen van kennis, het (passief) consumeren van cultuur, wil de nieuwe generatie actief deelnemen aan en participeren in cultuur. In een samenleving die steeds meer digitaliseert, verplaatst het speelveld zich daarbij steeds meer naar het online gebied, buiten de fysieke muren van het theater en het museum. Het is juist de jongere generatie die je via sociale netwerken eenvoudig kunt aanspreken (Shirky). Via online platforms en netwerken kun je snel en gemakkelijk mensen samenbrengen, wat de drempel tot het bereiken van een nieuwe doelgroep snel verlaagd. In deze context wordt het fenomeen *crowdsourcing* voor culturele instellingen ook steeds interessanter. Een trend waarbij organisaties (overheid, bedrijven, instituten) of personen steeds meer gebruikmaken van een grote groep niet vooraf gespecificeerde individuen (professionals, vrijwilligers, geïnteresseerden) voor het geven van advies, doen van onderzoek, vormen van beleid of innovatie (Surowiecki).

In deze e-brief willen we medewerkers van culturele instellingen inspireren om aan de slag te gaan met het aangaan van nieuwe relaties met hun publiek. Het vinden van manieren om nieuwe publieksgroepen en jongere generaties te laten participeren in verschillende vormen van cultuur. We zullen hierbij aan de hand van praktijkvoorbeelden uit het veld kijken naar de verschillende *stadia van participatie* die je als culturele instelling kunt regisseren. Tenslotte geven we een aantal praktische tips die van toepassing kunnen zijn bij het uitdenken van nieuwe activiteiten, tentoonstellingen, voorstellingen of ontmoetingen.

2. Vijf stadia van participatie en praktijkvoorbeelden

In deze e-brief kijken we allereerst naar de manieren waarop kan worden ingespeeld op de beleving van de bezoeker. Hoe kan een project of instelling zo worden ingericht en ontworpen dat het publiek geactiveerd wordt om mee te denken en doen? Daar heeft de Amerikaanse Nina Simon een duidelijk idee over. In het door haar in 2010 uitgegeven boek *The Participatory Museum* geeft ze uitgebreid weer hoe een participatief project kan worden opgezet. Met haar ervaring als onder andere Experience Development Specialist bij het International Spy Museum in Washington en als curator bij The Tech Museum of Innovation in San José, kan zij als een autoriteit op het gebied van bezoekersparticipatie gezien worden. In het hiernavolgende zullen we een aantal van haar ideeën uiteenzetten en illustreren aan de hand van praktijkvoorbeelden uit de culturele sector (musea, archieven, theater en festival).

Openstaan voor nieuwe mogelijkheden

Volgens Nina Simon zijn veel instellingen met een traditionele werkvorm heel anders ingericht dan instellingen met een nieuwe, participatieve manier van werken. Het grootste verschil tussen traditionele en participatieve vormen van ontwerp en organisatie is de manier waarop informatie wordt uitgewisseld tussen de instelling en de bezoeker of gebruiker. In traditionele tentoonstellingen is de inhoud vastgesteld door de instelling met als doel alle bezoekers - met verschillende voorkeuren en achtergronden - tevreden te stellen. De bezoeker heeft hierbij een passieve rol. In een participatief project wordt informatie op een geheel andere manier ingezet. De bezoeker wordt uitgedaagd om mee te produceren aan het eindproduct, bijvoorbeeld de tentoonstelling. Zo ligt een project van tevoren nog niet vast maar wordt deze volgens Simon (2010, hoofdstuk 1) ingevuld aan de hand van input van de gebruiker:

"When designing participatory components to exhibitions, I always ask myself: how can we use this? What can visitors provide that staff can't? How can we do some meaningful work that supports the institution overall? When staff can answer these questions easily and confidently, participation can yield powerful results for institutions and participants alike".

Wanneer een instelling overgaat tot participatieve vormen van organiseren, is het van belang dat de gelegenheid wordt geboden voor bezoekers om content aan te leveren. En dat dit zo is ontworpen dat het als aantrekkelijk en zinvol wordt ervaren door de bezoeker. Met content wordt bedoeld: inhoudelijke bijdragen, zoals teksten, beelden en geluiden. Hiervoor moet er volgens Simon een verandering in de instelling plaatsvinden. Namelijk dat zij open gaat staan voor inbreng van buitenaf en daar flexibel mee om kan gaan. Een participatieve tentoonstelling kan gaandeweg veranderen en daarmee afwijken van de manier waarop die oorspronkelijk was bedoeld door de professionals. Hoewel het een spannende uitdaging lijkt om het 'lot' van de tentoonstelling in handen te leggen van de bezoeker, creëert het veel nieuwe mogelijkheden. De bezoeker voelt zich een actieve participant en dat is iets wat mensen aantrekt. Een goed voorbeeld daarvan is de mate waarin mensen tegenwoordig online participeren op websites als Flickr en Facebook.

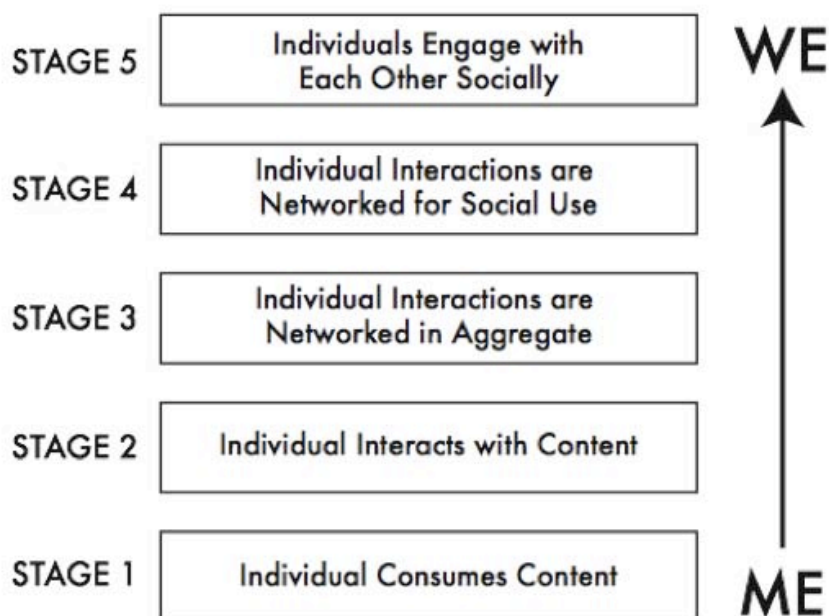
Verskillende manieren om te participeren

Uit een onderzoek van Forrester Research uit 2008 (Jenning) haalt Simon aan dat er verschillende manieren bestaan voor een publiek om (online) te participeren. Er zijn zes groepen samengesteld in het onderzoek: makers, critici, verzamelaars, meedoeners, toeschouwers en inactieveelingen. De categorie makers bestaat uit mensen die content leveren, actief uploaden en zo dus zelf creëren en inbrengen. Uit het onderzoek is gebleken dat 24% van de mensen graag maker is. Het feit dat dus niet iedereen met een overdaad aan content zal komen, kan een geruststelling zijn voor instellingen die daar bang voor zijn. Een

groot deel van de mensen wil niet zelf aan het roer staan, liever krijgen zij de rol van toeschouwer (73%), meedoener (51%) of criticaster (37%)¹. Daarom is het van belang als participatieve instelling om niet alleen gericht te zijn op de bezoeker die graag maker wil zijn maar ook op de bezoeker die bijvoorbeeld graag zijn mening geeft. Critici kunnen ervoor zorgen dat alle content die vers binnenkomt, geordend wordt door middel van het plaatsen van *tags* of door het geven van een beoordeling. Zodoende kun je ook de kracht van het publiek inzetten om data te ordenen en overeenstemming te vinden over bruikbaarheid en kwaliteit.

Vijf stadia van participatie

Simon onderscheidt vijf stadia in de mate van participatie die kan plaatsvinden. Dat begint vaak bij het 'ik' – in het eerste stadium – en wordt steeds meer gericht op het samenbrengen van mensen op basis van bijvoorbeeld een gedeelde interesse. Het gaat er dan duidelijk om dat het geen *top down* situatie oproept maar dat het voortkomt uit mensen zelf. In de afbeelding hieronder zijn de vijf stadia schematisch weergegeven.



Afbeelding 1. De vijf stadia die Nina Simon onderscheidt in *The Participatory Museum* (hoofdstuk 1).

In elke stadium – of mate van participatie – is er sprake van een andere relatie van bezoeker tot de instelling. In het eerste stadium kunnen mensen de content vinden die voor hen belangrijk of interessant is. Zij komen halen wat een instelling te bieden heeft. In het tweede stadium wordt de mogelijkheid geboden om de content te bevragen of daarmee actie te ondernemen. In het derde stadium worden bezoekers en deelnemers samengebracht in een netwerk, waarbij zij kunnen ontdekken hoe ze in verband tot de gemeenschap staan. Stadium vier gaat ook in op het netwerk, maar richt zich dan op meer specifieke verbindingen. Zoals bijvoorbeeld bezoekers die relaties aangaan met medewerkers van de instelling of mensen met dezelfde interesses. In het laatste en vijfde stadium wordt de gehele instelling op een hoger niveau getild. Het gaat erom dat de instelling het gevoel uitstraalt van een plek waar iets gebeurt en waarin mensen samenkomen die de plek verrijken. Kortom, het is een

¹ Samen is dit meer dan honderd procent: meerdere mensen vallen vaak in meerdere categorieën.

interessante *place to be* geworden, waar mensen kennis en interesses met elkaar delen en zo elkaar en de culturele instelling verder brengen.

Om meer duidelijkheid te creëren over het ontwerp van participatieve elementen of projecten in de instelling diepen we dit aan de hand van een aantal praktijkvoorbeelden verder uit.

2.1 Praktijkvoorbeelden

Stof tot nadenken in het Centraal Museum in Utrecht

Het Centraal Museum in Utrecht stond van februari tot mei 2010 geheel in het teken van de modeontwerper Alexander van Slobbe. De ontwerper in Dutch Modernism vierde zijn twintigjarig jubileum. In het Centraal Museum waren allerlei activiteiten aan de gang. Los van het simpelweg bezoeken van een tentoonstelling over bijvoorbeeld kleding (stage 1), werden mensen uitgedaagd om mee te doen aan bijvoorbeeld verscheidene workshops met bekende kunstenaars en ontwerpers of een workshop om te leren naaien (stadium 2). Het project 'Patroon ontrafeld' was tegelijkertijd ook aan de gang. Alexander van Slobbe heeft eenmalig het patroon van één van zijn jurken vrijgegeven. En daarmee mochten geïnteresseerden aan de slag. Mensen, vaak beginnende ontwerpers, konden zich aanmelden voor de wedstrijd. Zo kwamen modeliefhebbers bij elkaar (stadium 3). Vervolgens konden zij in een speciaal ingericht naaiatelier in het museum een op het ontwerp geïnspireerde eigen versie van de jurk creëren. Mensen met een gedeelde liefde voor mode kwamen samen en participeerden met elkaar en de medewerkers (stadium 4). Uiteindelijk was het feest in het hele museum (stage 5) toen alle deelnemers hun jurken op de *catwalk* aan publiek lieten zien en er een winnaar werd verkozen. De *catwalk* trok een opvallend jong publiek waarbij de twaalfjarige Judith Glimmerveen een aanmoedigingsprijs ontving voor haar creatie.

C **centraal museum utrecht** bezoekinformatie tentoonstellingen collectie educatie downloadpagina begunstigers persmateriaal organisatie/vacatures zaalhuur

rietveld schröder huis **dick bruna huis** **oud amelis-weerd**

Stof tot nadenken Alexander van Slobbe, een onafhankelijke vormgever in de mode
13 feb t/m 16 mei 2010

Hij is één van de pioniers die Nederland internationaal op de kaart heeft gezet als modeland: modeontwerper Alexander van Slobbe (1990). Hij vierde vorig jaar zijn twintigjarig jubileum. Reden voor het Centraal Museum om van 13 februari t/m 16 mei 2010 een grote tentoonstelling te wijden aan deze meester van de verfijnde, minimalistische ontwerpen en waartreker van de typisch Nederlandse mode, Dutch Modernism. Bij de samenstelling en totstandkoming van de tentoonstelling *Stof tot nadenken* is Van Slobbe zelf actief betrokken.

Stof tot nadenken
Alexander van Slobbe is wars van modegrillen. De modeontwerper heeft een onafhankelijke houding die nieuwsgierig maakt naar zijn denk wijze en de manier waarop zijn ontwerpen tot stand komen. *Stof tot nadenken* toont dan ook niet alleen de uiteindelijke ontwerpen, maar doet de dynamiek en het creatieve proces van modesomgeving ervaren: Van Van Slobbes persoonlijke archief in de vorm van patronen, stofstalen, films en foto's tot bestaande en nieuwe samenwerkingsverbanden met onder anderen Claudy Jongstra, Koninklijke Tichelaar Makkum en PUMA.

Alexander van Slobbe
Van Slobbe was zijn tijd ver vooruit. Sinds het begin van zijn carrière toont hij een onverminderde interesse in het ontwerpproces, het ambacht, het vakmanschap, de kwaliteit en de constructie. In de modewereld is dit pas vanaf het midden van de jaren '90 een tendens, als tegenreactie op de industrialisatie in de mode.

tentoonstellingen
▶ actueel
[+] verwacht
[-] archief

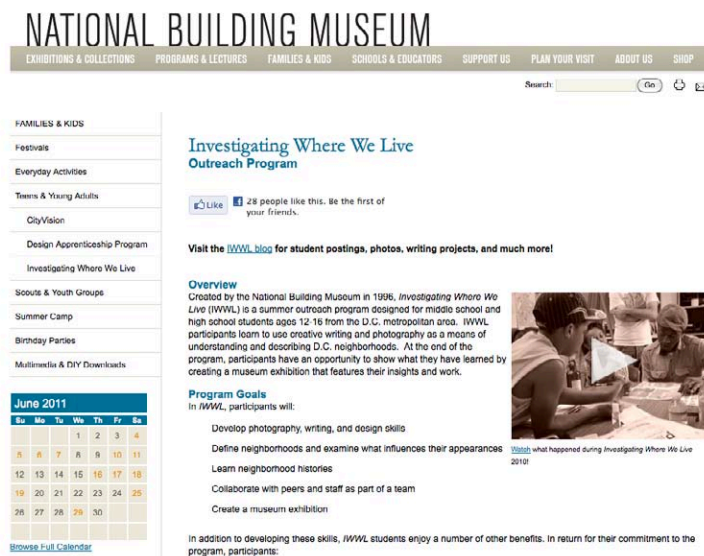
Alexander van Slobbe, orson + bodil. Foto: JRX

Alexander van Slobbe, orson + bodil, Voorjaar/Zomer 2009 en Herfst/Winter 2009/2010. Foto: JRX

Afbeelding 2. Screenshot *Stof tot nadenken Centraal Museum*.

Investigating Where We Live met National Building Museum in Washington DC

Het National Building Museum in Washington DC werkt tijdens de zomer aan een project dat leerlingen van de middelbare school uitdaagt om te participeren en betrokken te zijn. Met het project *Investigating Where We Live*, dat sinds 1996 bestaat, houden jongeren van twaalf tot zestien zich gedurende de gehele zomer bezig met de verschillende buurten in Washington. Hierbij wordt creatief schrijven en fotografie ingezet. Zoals wij eerder al zagen is het bezoeken van de tentoonstelling (stadium 1) de meest beperkte mate van participatie. Nu gaan de jongeren bij aanvang van het project een paar weken aan de slag om de basiskneepjes van het fotografievak onder de knie te krijgen (stadium 2). Vervolgens worden teams samengesteld en gaan de leerlingen met curatoren en medewerkers op pad om de buurten van Washington vast te leggen en te documenteren (stadium 3). Het samenwerken wordt tot een hoger niveau getild wanneer de leerlingen alle verschillende foto's, ervaringen en documenten die zij meebrengen, verwerken tot een tentoonstelling voor in het museum. Alle kennis wordt gedeeld (stadium 4). Uiteindelijk is daar de tentoonstelling in het museum die mensen uitnodigt tot dialoog. Er ontstaat in dit project duidelijk interactie tussen veel verschillende mensen, zoals de medewerkers, de leerlingen, de bezoekers en de mensen in de wijk (stadium 5).



Afbeelding 3. Screenshot *Investigating where we live*, National Building Museum.

Community Garden bij Tate Modern in Londen

Bij het Tate Modern in Londen is een iets andere participatieve aanpak ontwikkeld. In het project *Community Garden* (2007) draait het namelijk allemaal om de tuin van het museum. Mensen die in de buurt van het museum wonen en van tuinieren houden, of van tuinieren houden maar geen tuin hebben, zijn door het Tate uitgenodigd om mee te doen met het project (stage 1). Het plan van het museum was om een plek te creëren voor de lokale gemeenschap, zodat het Tate letterlijk middenin de gemeenschap zou komen te staan. De gemeenschappelijke voordelen zijn dat het Tate en de lokale bewoners van de tuin konden leren en genieten (stadium 2). Door het project ontstond er een netwerk van vrienden van de tuin van het Tate (stadium 3). Er werd samen aan de tuin gewerkt en er werden samen activiteiten georganiseerd. Daarbij werd soms ook het museum betrokken. Er werden activiteiten georganiseerd waarbij verbanden gelegd werden tussen elementen in de tuin en de kunstwerken binnen. Buiten werd met binnen verbonden (stadium 4). Uiteindelijk ontstond er een actieve community van mensen die zich met de tuin van het museum bezig hielden en besteedde jong en oud er met veel plezier vrije tijd in en om het museum. Ze bezochten vaker het museum en omdat ze allemaal dicht bij elkaar in de buurt wonen, hielden ze daarbuiten

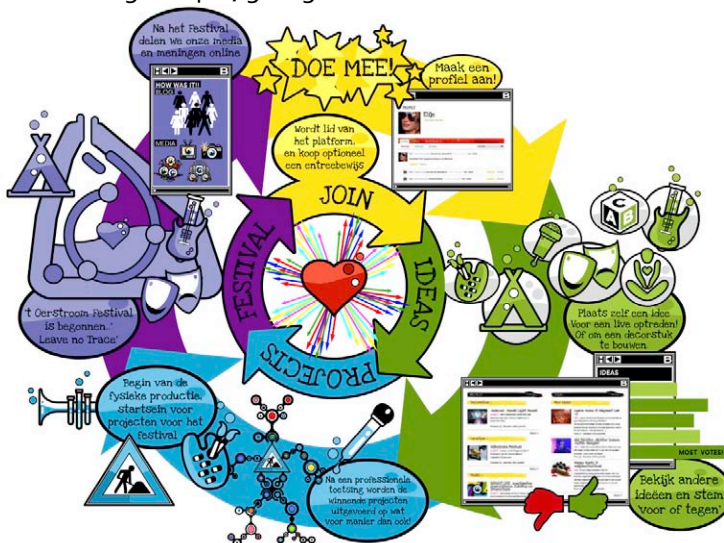
ook makkelijk contact met elkaar (stadium 5). Het zou interessant zijn om deze aanpak in te zetten voor een plek als het Museumplein in Amsterdam of het Museumpark in Rotterdam.



Afbeelding 4. Screenshot Community Garden Almanac.

Magneetfestival

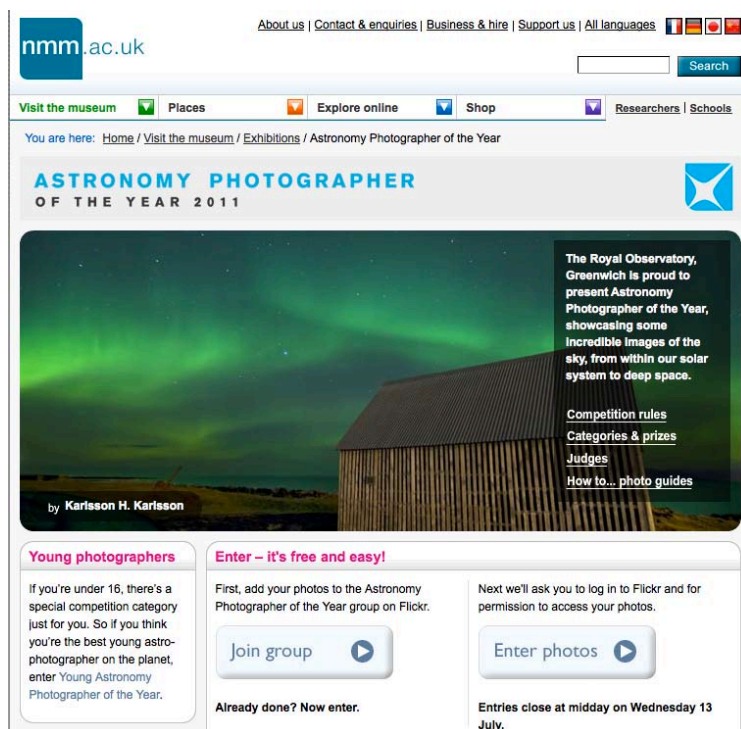
Deze zomer zal het *crowdsource* festival Magneetfestival (2011) voor het eerst plaatsvinden in Amsterdam. Je kunt natuurlijk gewoon naar het festival gaan en leuke kunstzinnige projecten zien en bands beluisteren (stadium 1). Maar als je het interessant vindt om mee te denken of altijd al een leuk idee had voor een festivalactiviteit, dan zou je op internet lid kunnen worden van de Magneetfestival-gemeenschap (stadium 2). Op dit platform kun je meedenken over de plannen die mensen op het festival ten uitvoer willen brengen. Ook kun je zelf projecten pitchen die jou leuk lijken om op het festivalterrein te organiseren (stadium 3). Alle leden van de community kunnen op elkaars plannen stemmen en geven aan of ze het leuk zouden vinden om mee te helpen aan het project (stadium 4). Wanneer een project populair blijkt te zijn en veel stemmen krijgt, dan heb je de goedkeuring van de community om aan de slag te gaan. Samen met de mensen die je hierbij willen helpen. Iedereen kan op deze manier zijn steentje bijdragen aan de programmering van het Magneetfestival en zo wordt het een creatieve en culturele uitgaansplek, georganiseerd voor en door de community (stadium 5).



Afbeelding 5. Screenshot aankondiging Magneetfestival 2011 in Amsterdam.

Astronomy Photographer of the Year met The Royal Observatory in Greenwich

The Royal Observatory in Greenwich heeft een leuk en leerzaam project opgezet voor liefhebbers van planeten en astronomie: een wedstrijd voor de beste foto's van het heelal (2009). En dan letterlijk door het heelal te fotograferen. Alle foto's samen vormen uiteindelijk een *user-generated* kaart van het universum. Niets is mooier voor liefhebbers van astronomie, dan het van dichtbij observeren van sterren en planeten. Door de eigen lens of bijvoorbeeld in een (geprojecteerd) planetarium (stage 1). In de wedstrijd van The Royal Observatory kunnen liefhebbers participeren en hun steentje bijdragen aan het in kaart brengen van het heelal door hun eigen foto's van het heelal aan te leveren (stage 2). Rond de wedstrijd is een community ontstaan met ruim 2.000 actieve leden die samen het heelal in kaart brengen (stadium 3). Het project zou op een nog hoger level gebracht kunnen worden, door de deelnemers niet alleen virtueel maar ook in het echt aan elkaar te koppelen. Zo zouden er bijvoorbeeld dagen georganiseerd kunnen worden waarop mensen met elkaar gaan fotograferen (stadium 4). Op deze manier zou het planetarium een bruisende en nog socialere plek kunnen worden, waar mensen komen om elkaar te ontmoeten rond een gedeelde passie.

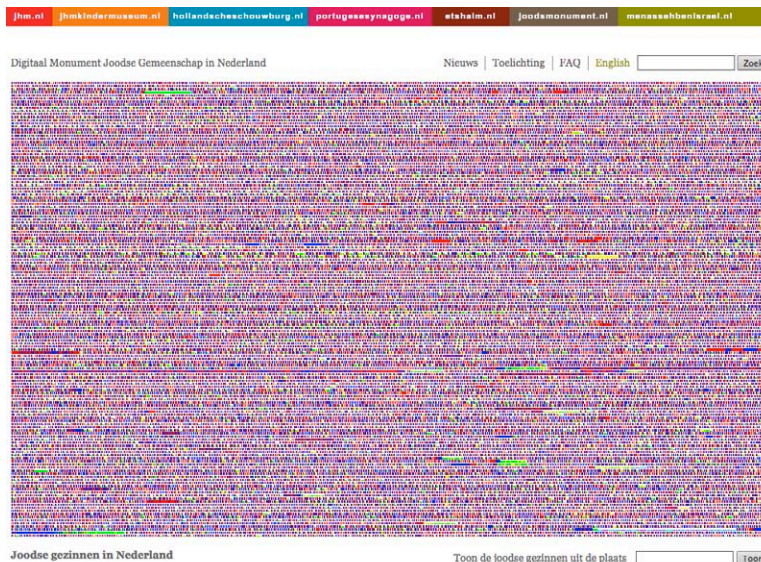


Afbeelding 6. Screenshot website Astronomy Photographer of the Year.

Digitaal Monument Joodse Gemeenschap bij het Joods Historisch Museum in Amsterdam

Dat het Joods Historisch Museum (JHM) een grote waarde heeft voor de Joodse gemeenschap in Nederland is duidelijk. Altijd al komen mensen naar het JHM, onder andere ter nagedachtenis aan de Tweede Wereldoorlog (stadium 1), maar het museum heeft zichzelf helemaal onmisbaar gemaakt met het opzetten van een community website (2005). Op een online platform staat informatie over Nederlandse Joden van vroeger en nu. Voor iedereen, ook mensen die zijn omgekomen, is een pagina aangemaakt waarop staat wat bekend is of waar meer informatie over iemand te vinden is. Hierdoor kunnen verloren banden worden hersteld en raadsels, bijvoorbeeld over iemands verdwijning, worden opgelost. Iedereen die lid is van de gemeenschap kan informatie en foto's toevoegen (stadia 2 en 3). Uiteindelijk is het doel dat familieleden kunnen worden teruggevonden en banden worden hersteld (stadium 4). Vaak gebeurt dat via jonge generaties die willen weten wat er is gebeurd en op de community-website informatie zoeken. Op deze manier komen deze jongeren in gesprek met de oudere

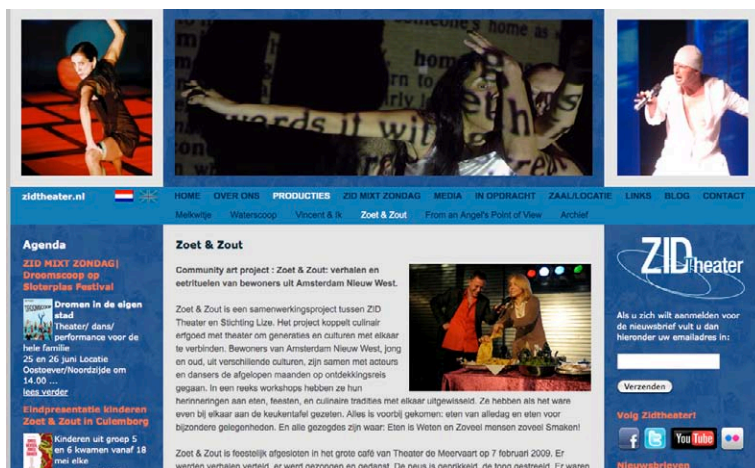
generaties. Het JHM zorgt met dit ontwerp voor extra verdieping van de bijzondere plek die het al inneemt. Voor de Nederlands-Joodse gemeenschap zal het museum een andere functie krijgen die misschien wel belangrijker is dan voorheen (stadium 5).



Afbeelding 7. Screenshot Digitaal Monument Joodse Gemeenschap.

Zoet en Zout community art project van ZID Theater en Stichting Lize

Zoet & Zout is een samenwerkingsproject tussen ZID Theater en Stichting Lize (2009), waarin culinair erfgoed gekoppeld wordt aan theater om generaties en culturen met elkaar te verbinden. In het project wisselden bewoners - jong en oud- van Amsterdam Nieuw West uit verschillende culturen, maar ook acteurs en dansers herinneringen met elkaar uit aan eten, feesten en culinaire tradities (stadium 4). Er werden workshops georganiseerd en aan het eind van elke bijeenkomst of repetitie kwamen kinderen en volwassenen bijeen om elkaar het materiaal te laten zien. Op deze manier kregen deelnemers inzicht in elkaars wereld, tradities, gewoonten, rituelen en geschiedenis. Er ontstond tussen hen een duurzame band (stadium 5) en dit vormde de basis voor de eindvoorstelling die te zien was in Theater de Meervaart (stadium 1). Een combinatie van gesproken scènes, fysiek theater, dans, zang, muziek en video was het eindresultaat.



Afbeelding 8. Screenshot Zoet en Zout op website ZID Theater.

Opvallend in onze zoektocht naar voorbeelden van participatieve projecten in de culturele sector is dat de meeste voorbeelden te vinden zijn op het gebied van erfgoed, archieven en musea. De podiumkunstensector lijkt hier nog slechts mondjesmaat mee te experimenteren. Vaak wordt dit ook eerder als 'community-art' gezien dan als theater.

Na bovenstaande voorbeelden wordt het interessant om na te denken over de eigen instelling. Zou het mogelijk zijn om de bezoeker meer te betrekken bij het proces en de content? En op welke manier kan je dit dan het beste aanpakken? In het hiernavolgende zullen we daar iets dieper op ingaan en worden praktische tips gegeven en suggesties gedaan om zelf te beginnen aan een participatief project.

3. Zelf aan de slag

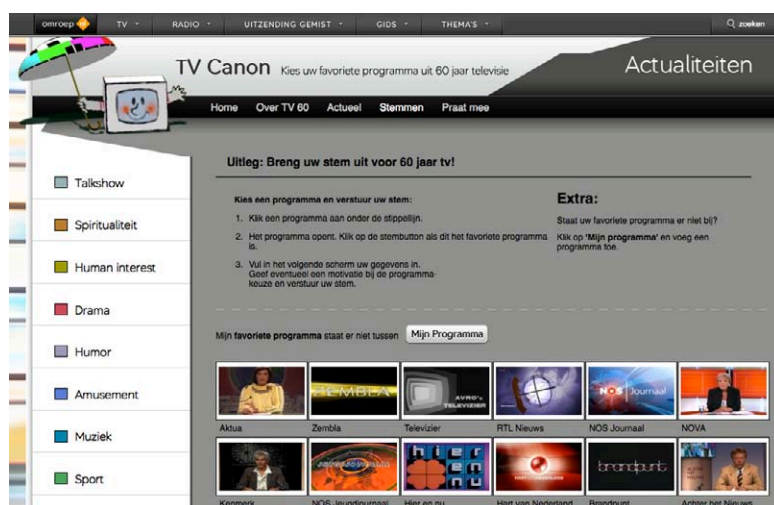
Wanneer je in je eigen instelling bezoekers meer wil laten participeren, dan kun je met een aantal dingen rekening houden. In sociale situaties zijn er volgens Shirky (2008) drie basisregels die maken dat mensen worden geactiveerd om te participeren. Deze basisregels zijn dat je een aannemelijke belofte kunt maken, effectieve *tools* biedt en een aanvaardbare onderhandeling aangaat met de gebruikers of deelnemers. De belofte komt vanuit een instelling om het interessant te maken voor iemand om een steentje bij te dragen. Vervolgens zijn er de *tools* die laten zien op welke manier het groepsproces of de activiteit kan worden aangegaan. Daarna moet onderhandeld worden, opdat de wederzijdse verwachtingen duidelijk zijn. Er bestaat volgens Shirky geen eenduidige manier om met deze drie voorwaarden om te gaan. Ze zullen zich in elk proces anders tot elkaar verhouden.

Ook Simon (2010) geeft aan dat het van groot belang is dat een bezoeker precies weet wat er moet gebeuren wanneer deze besluit te participeren. Ze adviseert daarom daarover dus altijd helder te blijven en duidelijk te zijn over de beloning die er tegenover staat. De deelnemers weten dan precies waar zij aan toe zijn. Ook van belang is dat het personeel goed op de hoogte is van hoe het project in zijn werk gaat. Wat gebeurt er precies met de ingebrachte content? Hoe het wordt verwerkt, gebruikt en gedeeld en op welke plekken de content zal worden verspreid moet voor iedereen duidelijk zijn. Wanneer bezoekers precies weten waar zij aan toe zijn, zal de drempel minder hoog zijn om de eerste stap te zetten.

Hieronder geven we een paar praktische tips voor het ontwerpen van participatieve projecten. De participatiegraad van bezoekers is bij elke stap een stukje hoger, waardoor je mensen steeds meer bij het project kunt betrekken.

1. Laat mensen beoordelen wat jij doet

In het najaar van 2011 wordt, ter gelegenheid van het zestigjarig bestaan van televisie in Nederland, de TV-canon opgesteld. Mensen kunnen stemmen via de site en zo de canon meebepalen. Ze kunnen de organisatie ook laten zien welke keuzemogelijkheden er nog missen. Wanneer genoeg mensen aangeven dat er een ander programma in het canon opgenomen moet worden, dan wordt deze aan de lijst toegevoegd.



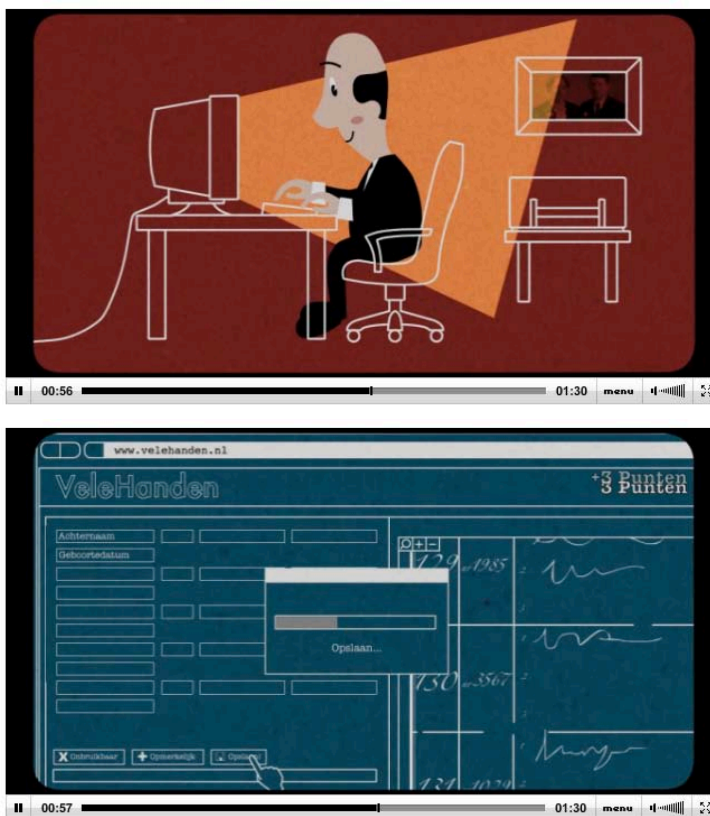
Afbeelding 9. Screenshot website TV-canon.

Maar ook het Parktheater Eindhoven heeft de kracht van het publiek ingezet. Voor aanvang van het nieuwe seizoen in 2009/2010 mocht het publiek stemmen op dansvoorstellingen die zij graag geprogrammeerd wilden zien. Uiteindelijk bleken twee heel verschillende voorstellingen populair te zijn en kwamen beiden terug in het programma. De meeste mensen die hebben gestemd op een dansvoorstelling zullen deze waarschijnlijk ook eerder geneigd zijn in het echt te gaan bekijken.

2. Zet mensen in om jouw collectie beter doorzoekbaar te maken

Op het principe dat wanneer meerdere mensen iets beamen het waarschijnlijk wel waar is, is de game Waisda? (2009) ontworpen. Bij de televisieprogramma's *Boer zoekt Vrouw* en *Man bijt Hond* wordt het spel gebruikt om mensen tijdsframes in het programma te laten 'taggen' of labelen. Mensen kunnen het thema of onderwerp van een stukje video duiden. Wanneer voldoende mensen hetzelfde steekwoord aan een stukje video geven, dan is dit officieel gelabeld. Zo kan het programmamateriaal makkelijker doorzocht worden. Bij Waisda? is het meedoen voor mensen extra aantrekkelijk gemaakt, doordat het in een spelvorm gegoten is en mensen worden uitgedaagd *meer* te taggen dan anderen.

Ook het stadsarchief in Amsterdam vraagt mensen om hulp bij het doorzoekbaar maken van de archieven. Hierbij gaat het om oude foto's, momenteel uit de militieregisters, die door een groep vrijwilligers geïndexeerd wordt. Alle archieven uit Nederland kunnen zich aansluiten bij dit project, dat *Vele Handen* (2011) heet. Er wordt bijgehouden wie de meeste gegevens invoert en daarmee kunnen de deelnemers punten verdienen. Uiteindelijk kunnen ze voor die punten scans kopen uit het archief, bijvoorbeeld een foto van je eigen voorouders.

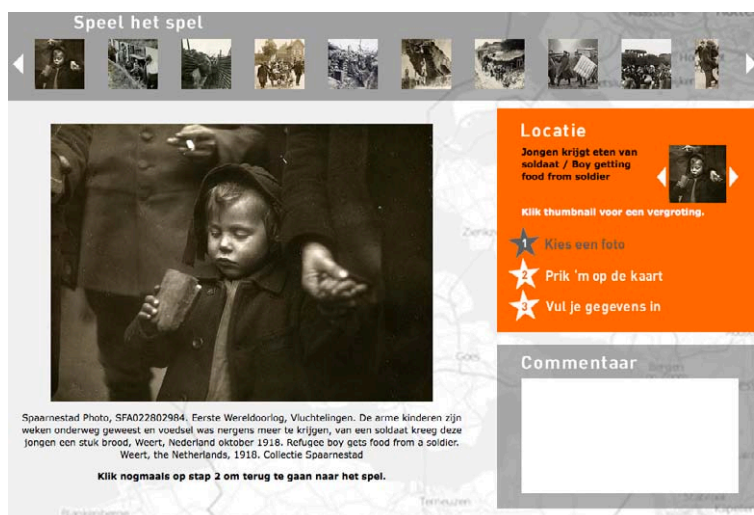


Afbeelding 10. Vanuit huis archiveren. Screenshots uit promotiefilmpje van Vele Handen.

3. Vraag mensen naar hun verhaal, content of materiaal

Het Haags Historisch Museum staat met het project MijndenHaag (2011) open voor de bijdragen van bezoekers. Bezoekers worden uitgedaagd om hun verhaal te vertellen bij de collectiestukken die het museum in bezit heeft. Ook krijgen ze de kans om zelf stukken aan het archief toe te voegen. Onder het motto 'samen geschiedenis schrijven', leert de bezoeker van het museum en het museum van de bezoeker.

Spaarnestad en het Nationaal Archief hebben in het kader van het project *Beelden voor de Toekomst* het spel Mapit1418 (2009) ontwikkeld voor het verrijken van archiefmateriaal. Foto's en een aantal films van EYE Filminstituut uit de Eerste Wereldoorlog zijn online gezet en gebruikers werd gevraagd om dit materiaal op een kaart te lokaliseren. Deze geografische kennis over de collectie ontbrak nog bij de instellingen. Tevens werden gebruikers ook aangemoedigd om hun verhalen bij het historische materiaal te vertellen en met elkaar te delen.



Afbeelding 11. Kies een foto, prik deze op de kaart en vul je gegevens in. Screenshot Mapit1418.

4. Laat mensen elkaar beoordelen

Wanneer je de kracht van de bezoeker niet alleen inzet om content te leveren, maar ook vraagt om kritiek en reacties, heb je nog veel meer aan elkaar. Daarmee bewaak je de kwaliteit: veel mensen weten meer dan één. Maar ook krijg je zo beter zicht op de populariteit. In feite draait Youtube op dit principe. Filmpjes die veel worden bekeken, groeien exponentieel in kijkersaantallen: opeens kent iedereen dat ene filmpje. Maar filmpjes die worden afgekraakt, raken al snel in de vergetelheid.

Voortbordurend op het idee van 'samen weet je meer dan alleen' zijn twee Nederlandse musea (Museum voor Volkenkunde en het Museon) in samenwerking met twee Groenlandse musea de online community Roots2Share (2010) gestart. Op een website worden fotocollecties online gezet waarbij deelnemers de verhalen kunnen vertellen. Onderling kunnen mensen weer reageren op elkaars verhaal of vragen stellen. Zo worden teksten aangepast en scherpgesteld en iedereen leert van elkaar.



Add a keyword for this photo

Who do you see? What do you see? Where is this?

Afbeelding 12. Screenshot van Roots2Share.

5. Laat mensen hergebruiken en creëren

Een leuke, interactieve vorm om mensen kennis te laten maken met de materialen die jij in huis hebt, is door hen in staat te stellen om dit te laten hergebruiken en op nieuwe manieren te interpreteren. Zo organiseerde EYE filminstituut in het kader van het project *Beelden voor de Toekomst* de wedstrijd Celluloid Remix (2009). Amateur-filmmakers werden uitgedaagd om aan de hand van filmfragmenten uit de periode van de vroege film nieuwe filmpjes te maken. Zo kwam het archiefmateriaal opnieuw tot leven. De beste films werden uiteindelijk op het Filmfestival in Utrecht op het grote doek vertoond waar een jury de vier beste winnaars bekend maakte.



Afbeelding 13. Winnaars Celluloid Remix contest EYE filminstituut op het Filmfestival Utrecht.

Een ander voorbeeld is het bekende kaartenmerk Boomerang. Boomerang biedt creatievelingen de kans om hun werk te verspreiden met een zelf ontworpen postkaart. Zo liep onlangs het project voor het maken van een zogenaamde 'lenticularkaart', een kaart die verandert wanneer je hem beweegt. Er waren veel inzendingen en de beste inzendingen werden gedrukt. Hierdoor krijgen de beginnende ontwerpers meer bekendheid en krijgt Boomerang nieuwe en frisse ontwerpen om te verspreiden door Nederland.

De verschillende tips en voorbeelden die naar voren zijn gekomen in deze e-brief zijn bedoeld om te inspireren tot het betrekken van het publiek. Er kan worden gericht op enige mate van participatie of juist op het bereiken van een hoge mate van participatie in het vijfde stadium van Simon. Online participeren of elkaar in het echt ontmoeten maakt een verschil. Maar bij elk soort culturele instelling past een eigen soort participatie. Het is interessant om te kijken op welke manier de eigen instelling zich kan openstellen voor het betrekken van de bezoekers.

Meer weten?

A. Literatuur

Gillmore, James H. and B. Joseph Pine II. The Experience Economy. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

Jennings, Rebecca. European Social Technographics Revealed. How Europeans Are Adopting Social Technologies. Forrester Research, 2008.

Schnabel, Paul. Een zegen voor kunst en cultuur, in: Boekman 86 | De vergrijzing. Boekmanstichting, maart 2011.

Shirky, Clay. Here Comes Everybody. The Power of Organization without Organizations. New York: Penguin Press, 2008.

Simon, Nina. The Participatory Museum. Santa Cruz: Museum 2.0, 2010.

Surowiecki, James. The Wisdom of Crowds. Why the Many Are Smarter Than the Few. Londen: Abacus, 2004.

Van den Broek, de Haan en Frans Huysmans. Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars. Trends in cultuurparticipatie en mediagebruik. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2009.

B. Inspiratie

Bestel of lees het boek van Nina Simon online en discussieer mee www.participatorymuseum.org

Lees het verslag van de Kom je ook? bijeenkomst over Crowdsourcing, die plaatsvond op 16 juni 2011
www.komjeook.org/page/65040/nl

Bijlage: Voorbeelden publieksparticipatie

Astronomy Photographer of the Year | The Royal Observatory
www.nmm.ac.uk/visit/exhibitions/astronomy-photographer-of-the-year

Boomerang Create | Boomerang
<http://create.boomerang.nl>

Celluloid Remix | EYE Film Instituut
www.celluloidremix.nl

Community Garden | Tate Modern
www.tate.org.uk/modern/building/garden

Digitaal Monument Joodse Gemeenschap | Joods Historisch Museum
www.communityjoodsmonument.nl en www.joodsmonument.nl

Investigating Where We Live | National Building Museum
www.nbm.org/families-kids/teens-young-adults

Magneetfestival
www.magneetfestival.nl

Mapit1418 | Nationaal Archief en Spaarnestad
www.mapit1418.nl

MijnDenHaag | Haags Historisch Museum
www.mijndenhaag.org

Parktheater Eindhoven
www.parktheater.nl

Patroon ontrafeld | Centraal Museum Utrecht
www.centraalmuseum.nl

Roots2Share
www.roots2share.gl

TV Canon
www.tvcanon.nl

Vele Handen | Stadsarchief Amsterdam
<http://velehanden.pictura-dp.nl>

Waisda? | Beeld en Geluid
www.waisda.nl

Zoet en Zout community art project | ZID theater en Stichting Lize
www.zidtheater.nl