

Nieuwe vormen voor publieksparticipatie?

Het gebruik van technische ontwikkelingen voor Modemuze, platform voor mode en kostuum

1 Modemuze is een platform voor mode en kostuum, opgericht door zeven
2 Nederlandse musea, waarbij in een online database de museale deelcollecties
3 toegankelijk worden gemaakt. Kleding en textiel kunnen vanwege hun
4 kwetsbaarheid vaak slechts voor korte periodes tentoongesteld worden,
5 waardoor grote gedeeltes hierdoor onzichtbaar blijven voor het grote publiek.
6 Dat is jammer, want de Nederlandse musea beschikken over prachtige en
7 diverse mode- en kostuumcollecties, die bovendien een grote groep liefhebbers
8 trekken. Door museale collecties online toegankelijk te maken zijn deze niet
9 alleen permanent bereikbaar via het scherm, maar ontstaan ook nieuwe
10 mogelijkheden voor het gebruik van de collecties. Het inzetten van digitale
11 technieken voor een museaal platform opent deuren voor nieuwe vormen van
12 publieksparticipatie, die leiden tot spannende contexten, maar ook nieuwe
13 vragen oproepen.

14 Modemuze komt voort uit een jarenlang, informeel samenwerkingsverband
15 tussen de conservatoren van het Amsterdam Museum, Centraal Museum
16 Utrecht, Fries Museum Leeuwarden, Gemeentemuseum Den Haag, Museum
17 Rotterdam, Paleis Het Loo en het Rijksmuseum. Vanuit deze samenwerking
18 ontstond een aantal jaren geleden het idee om een gezamenlijke mode- en
19 kostuumsite te realiseren, die de krachten en collecties van de verschillende
20 musea zou kunnen bundelen. Niet alleen om een sterke positie in te nemen
21 binnen het veranderende culturele landschap, maar ook binnen het (inter)-
22 nationale vakgebied. Waar voorheen het grootste deel van de collecties
23 nauwelijks tot nooit tentoongesteld zou worden in de musea, maakt een digitaal
24 platform dit wel mogelijk. Online kunnen collecties van verschillende musea
25 snel en gemakkelijk integraal worden bekeken, waardoor spannende nieuwe
26 relaties kunnen ontstaan en een gezamenlijke mode- en kostuumgeschiedenis
27 wordt gepresenteerd.

28 Initiële verkenningsgesprekken met verschillende modeprofessionals
29 onderstreepten niet alleen de waarde van een online mode- en kostuumarchief,
30 maar ook een breed spectrum aan additionele mogelijkheden voor het
31 betrekken van niet-museale kennis bij het platform. Door de collecties van
32 de musea online te presenteren zou de toegankelijkheid kunnen worden
33 gemaximaliseerd, hetgeen nieuwe mogelijkheden creëert om met het publiek
34 te verbinden. Een van de belangrijkste doelstellingen van het project is om
35 publiek te laten participeren, door bezoekers gelegenheid te geven vanuit



1 eigen kennis en expertise bij te dragen tot de verrijking van collecties. Van
2 handwerkhobbyist tot patroonverzamelaar, van ontwerper tot breigoeroe:
3 de mode- en kostuumkennis waarover deze groepen in woord en beeld
4 beschikken, kan tot onverwachte en dynamische verbanden tussen de
5 actualiteit en de museale collecties leiden. Voortschrijdende technologische
6 ontwikkelingen maken het mogelijk de traditionele relatie tussen bezoekers
7 en het museale instituut in een nieuwe mal te gieten: een proces waarbij zowel
8 omslagen moeten worden gemaakt in de manier waarop het museum tot nu
9 toe met bijvoorbeeld zijn data is omgegaan, maar ook kritisch moet worden
10 gekeken naar de relatie met het publiek, zoals deze tot op heden is gevormd.

11 **Kansen voor publieksparticipatie op een digitaal platform**

12 Het opzetten van een digitaal platform zoals Modemuze past in de ontwikkeling
13 van een meer inclusieve, publieksgerichte aanpak in de museumwereld sinds
14 de jaren '70, die door de komst van digitale technieken en toegang tot internet
15 de laatste jaren een vlucht heeft genomen.¹ De integratie van de museale
16 mode- en kostuumcollecties op een centrale website maakt het mogelijk een
17 bestaand publiek op een nieuwe manier te bereiken en te betrekken. Door het
18 aanwenden van nieuwe mediatechnieken wordt het publiek bijvoorbeeld ook
19 de mogelijkheid geboden om te reageren op artikelen of reacties van anderen
20 en ontstaat er een dialoog tussen de platformgebruikers en de aangeboden
21 kennis. Zo wordt het publiek actief betrokken. Daarnaast is een van de
22 voordelen van het online presenteren van deze data dat ook publiek bereikt

1 Onder andere Jenny Kidd beschrijft de ontwikkeling van traditionele publiekservaring en -samenstelling sinds de jaren '70. Zie: J. Kidd, "Enacting Engagement Online: Framing Social Media Use for the Museum", *Information Technology & People* 24, 2011, p. 64.

1 kan worden, dat hiervoor wellicht weinig in aanraking zou komen met een
2 museum of mode- en kostuumtentoonstellingen. Het inzetten van een website,
3 maar ook het integreren van verschillende sociale mediakanalen, speelt hierbij
4 een belangrijke rol.

5 Het inzetten van digitale kanalen stelt bezoekers in staat om nieuwe en
6 eigen betekenissen te geven aan de museale collecties, bijvoorbeeld door vragen
7 te stellen die door een museum niet behandeld zouden worden, of relaties te
8 leggen tussen objecten die nog niet eerder zijn gelegd. Het instellen van zoek-
9 en filterfuncties maken het mogelijk om de collecties naar eigen interesse te
10 doorzoeken, waardoor potentieel ook selecties van objecten kunnen worden
11 gemaakt die een conservator nooit zou maken. Ook hierbij spelen sociale
12 functies, zoals het kunnen reageren op objecten of artikelen op de website, een
13 rol bij het betrekken van een publiek waar eigen inzichten en kennis huizen.
14 Doordat deze handelingen gelijktijdig ook voor een breed publiek zichtbaar
15 zijn en er mogelijkheid is om deel te nemen aan discussies, wordt niet-museale
16 kennis zichtbaar gemaakt.

17 In de toekomst zouden zelfs eigen foto's (familiefoto's van het trouwpak
18 van opa) of hele verzamelingen in woord en beeld toegevoegd kunnen worden
19 aan het online archief. Foto's en objecten die anders waarschijnlijk nooit in
20 de musea zouden belanden, kunnen door de aanvulling van het digitale
21 platform op de fysieke musea zo met elkaar in contact worden gebracht.²
22 Zo zijn er bijzondere privécollecties, die van zeer grote waarde zijn voor het
23 mode- en kostuumerfgoed. Een tekenend voorbeeld zijn sneakercollecties in
24 handen van particuliere verzamelaars, die vaak goed gedocumenteerd zijn en
25 een actuele waarde hebben. Ze staan dichtbij een grote groep van de bevolking
26 en spreken daarom ook zeer aan, maar bevinden zich over het algemeen nog
27 niet binnen de museale muren. Het digitaal agglomereren van deze collecties
28 en de historische museale objecten kan een spannende en verbredende visie
29 op de modegeschiedenis opleveren. Maar hoe werkt dat in de praktijk? De
30 mogelijkheden zijn inmiddels eindeloos, maar wel vaak voorzien van een flink
31 prijskaartje.

32 Publiek bezit, maar ook visies en interesses, kunnen in theorie
33 de museale collecties verrijken en bestaande kennis actuele waarde
34 bezorgen. Dit democratiserende proces als gevolg van de omarming van de
35 (genetwerkte) digitalisering verbreedt niet alleen de visie op de mode- en
36 kostuumgeschiedenis, maar benut ook de mogelijkheden van het web om
37 deze doelgroepen niet alleen als passieve gebruikers te laten optreden, maar
38 ook als actieve opbouwers van dit platform.³ Maar hoewel beredeneerd kan

2 Musea krijgen regelmatig antieke kledingstukken, erfstukken of delen van eigen collecties aangeboden, maar hebben door ruimtegebrek of collectiebeleid niet altijd de mogelijkheid om deze aan te nemen.

3 Deze gedachte sluit aan bij perspectieven op participatie van onder andere Nina Simon (2010), die zich specifiek richt op publieksparticipatie in musea, en David Gauntlett (2011) die de mogelijkheden voor het brede publiek door de komst van nieuwe media omschrijft. In beide visies wordt het publiek gezien als medemaking, die waardevolle verbindingen kan maken met de wereld om zich heen. Zie: N. Simon, *The Participatory Museum*. Santa Cruz, 2010; D. Gauntlett, *Making is Connecting. The Social Meaning of Creativity, From DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge, 2011.

1 worden dat het inzetten van technische mogelijkheden een democratiserende
2 en verrijkende uitwerking kan hebben, heeft dit tegelijkertijd vergaande
3 consequenties voor de verhouding tussen publiek en museum en de manier
4 waarop het museum is ingericht, en moet te allen tijde in de gaten worden
5 gehouden of gekozen strategieën een daadwerkelijk passende en waardevolle
6 aanvulling zijn. Hoe wordt dit aangepakt in een project als Modemuze? Hoe
7 vormen kansen en knelpunten een strategie voor de ontwikkeling van het
8 platform?

9

10 **In de praktijk**

11

12 De afgelopen jaren zijn binnen veel projecten nieuwe mogelijkheden
13 voor interactie tussen publiek en erfgoed verkend. Onder de Modemuze
14 partners heeft het Amsterdam Museum onder meer met de website www.geheugenvanoost.nl ervaring opgedaan met online en offline participatie.
15 Het Gemeentemuseum Den Haag is een van de initiatiefnemers van www.aziatischkeramiek.nl, waar verzamelaars hun voorwerpen in de context van
16 de collecties van vier musea kunnen tonen. En het Rijksmuseum heeft de
17 succesvolle Rijksstudio ontwikkeld, waar talloze bezoekers eigen selecties van
18 de collectie maken en opslaan. Andere partners van Modemuze deden ervaring
19 op met het presenteren van collecties in online tentoonstellingen.

20
21 In samenwerking met de Vrije Universiteit onderzoekt Modemuze de
22 praktische inzetbaarheid van publieksparticipatie voor het platform, ten
23 einde het project te ontwikkelen voor waardevolle kennisuitwisseling. Er
24 is gekozen om onderzoek te doen onder drie specifieke groepen, die vanuit
25 hun eigen expertise over mode- en kostuumkennis bij zouden kunnen dragen
26 aan de museale collecties.⁴ Privéverzamelaars, re-enactors en ontwerpers
27 vormen de eerste kerngroep waarop de ambities en ideeën van Modemuze zijn
28 getest. Uit analyse van dit onderzoek kan worden geconstateerd dat, om de
29 participatieve doelen te bewerkstelligen, zowel de musea als de relatie met het
30 (specialistische) publiek nog aan aanpassingen onderhevig zullen moeten zijn.
31

32 **Museale data: van intern naar extern gebruik**

33 Praktisch gezien is er een groot gat tussen de informatieverstrekking waar
34 het publiek behoefte aan heeft en hoe deze op het moment door musea wordt
35 voorzien. Een van de meest opvallende problemen is de hoeveelheid en
36 kwaliteit van het beeld die worden aangeboden op huidige museumwebsites.
37 Een steekproef van de huidig beschikbare fotografie onder de doelgroepen
38 levert vruchtbare resultaten op: deelnemers hebben een professionele of

4 Modemuze is opgezet als groeidiamant, waarbij in iedere fase wordt gekeken naar de verdere groei van het platform. Omdat kennisdeling aan de basis van het platform staat, is gekozen voor een gerichte aanpak, in plaats van onderzoek onder een breed, wellicht veelal “browsend” publiek. De verwachting is dat de ontwikkelingen op basis van de resultaten uit dit onderzoek onder “special interest-groepen” zal leiden tot de basis voor participatieve elementen voor het gehele publiek.



1 hobbymatige en vooral nieuwsgierige behoefte om veel informatie te kunnen
2 ontlenen aan het beeld. Hierbij is het goed kunnen inzoomen op details iets
3 waar wel veel behoefte aan is onder het creërend publiek, maar foto's van
4 de juiste resolutie zijn vaak online niet beschikbaar.⁵ Van deelcollecties die
5 (recentelijk) onderdeel zijn geweest van een tentoonstelling, bestaan vaak
6 wel goede foto's. Voor de catalogi worden vaak prachtige beelden met gehele
7 ensembles en combinaties gemaakt. Hoewel er veel vraag is naar de context
8 van individuele kledingstukken en accessoires, is het nadeel hiervan soms dat
9 bepaalde onderdelen alsnog niet zichtbaar zijn. Hoe ziet de binnenkant eruit,
10 of wat werd er precies onder dat jasje gedragen? Wanneer foto's die online
11 beschikbaar zijn op een diverse manier een tentoonstelling zouden kunnen
12 aanvullen, zou dit zeer welkom zijn.

13 De huidige collectieregistratiesystemen vormen de basis van de online
14 archieven, maar het probleem is vaak dat deze niet gemaakt zijn voor het externe
15 gebruik via internet. Van alle collecties is maar een klein deel gefotografeerd,
16 en daarvan is slechts een deel weer van goede kwaliteit: het resterende deel
17 wordt opgemaakt uit (soms) gedateerde foto's of documentatiekiekjes uit
18 het depot. Inzoomen op details en het van binnen, buiten, onder en boven
19 bekijken van kledingstukken is hierbij niet mogelijk. Deze foto's worden soms
20 wel gemaakt, maar kunnen niet ingevoerd worden in het systeem. In sommige
21 gevallen zijn kledingstukken en accessoires nog helemaal niet gefotografeerd.⁶
22 De bezoeker zal het in zo'n geval moeten doen met tekstuele informatie en een
23 dosis fantasie. Het fotograferen van de objecten is echter een zeer kostbare,
24 tijdrovende zaak, en verschillende musea worstelen om hiervoor een oplossing

5 Veel van de deelnemers aan het onderzoek maken zelf kleding of kostuums, of zijn nauw betrokken bij het vervaardigingsproces van kleding, en willen graag in detail zien hoe bepaalde steken of stoffen eruit zien.

6 Van de ca. 130.000 objecten in de collecties is volgens huidige cijfers ongeveer 15-20% gefotografeerd. Daarnaast zijn ook van een groot deel van deze totale collectie de beschrijvingen onvolledig.

1 te vinden. Hoewel de technische mogelijkheden bestaan om het publiek
2 hoogwaardig materiaal op internet te laten bekijken, zijn de musea nog niet in
3 staat om te voldoen aan de volledige mogelijkheden van het digitale domein.

4 **Waarborgen van betrouwbaarheid en neutraliteit**

5 Net zoals digitalisering van de museale archieven en het toegankelijk maken via
6 internet nieuwe eisen stelt aan de manier waarop er wordt gearchiveerd, brengt
7 ook het openstellen van het platform voor kennis van het publiek voorwaarden
8 met zich mee. De vooraanstaande wens die Modemuze heeft voor een relatie
9 op basis van kennisuitwisseling met het publiek lijkt twijfels op te roepen
10 bij de deelnemers aan het onderzoek. De democratiserende werking van het
11 inzetten van techniek roept vragen op over de toekomstige betrouwbaarheid
12 en neutraliteit van kennis in de museale omgeving. Als iedereen mag reageren,
13 meedoen, aanvullen, kortom: kennisdelen, dan bestaat er een kans op
14 vervuiling van de door de doelgroep gewaardeerde museale kennis. Er is een
15 merkbare behoefte om de verschillende expertises van gebruikers die zich op
16 het platform bevinden te identificeren: wie is expert en heeft autoriteit op een
17 bepaald gebied? Het onderzoek onder deze bezoekers wijst uit dat betrouwbare
18 informatie gewaarborgd moet worden, wil deze gebruiker zich aangesproken
19 blijven voelen door het platform.

20 Ook binnen de werkgroep van conservatoren binnen Modemuze is dit een
21 punt van discussie. Daarbij zijn concepten als museale autoriteit en expertise
22 geen onbekende thema's binnen de museumwereld: de ontwikkelingen op het
23 gebied van publieksparticipatie en nieuwe media hebben de discussies vaker
24 aangewakkerd.⁷ Hoewel het onderzoek ook onder potentiële gebruikers uitwijst
25 dat dit een belangrijk vraagstuk is voor het opzetten van het platform, is het
26 uiteindelijk het standpunt van de musea dat toevoegingen door het publiek
27 een waardevolle aanvulling kunnen vormen op de museale kennis. Hoewel
28 dit naar verwachting gedurende het project een aanhoudende discussie zal
29 vormen, moet participatie voor een dergelijke vorm van kennisuitwisseling wel
30 mogelijk blijven. Interactie met de kennis en het uitwisselen van informatie
31 voor een breed publiek moet niet worden belemmerd door het inzetten van
32 een eenzijdig "expertisemodel". Technische opties, zoals het instellen van
33 gebruikersprofielen en accreditatieniveaus, bestaan, maar zullen ook sommige
34 gebruikers belemmeren om mee te doen op het platform en op deze manier
35 uitsluiten. Voor Modemuze worden digitale mogelijkheden aangewend om in
36 te spelen op de mogelijkheden van het web als digitaal netwerk.

37 Binnen deze visie neemt het museale instituut plaats in een bestaand
38 domein "mode en kostuum". Publiek en musea zijn hierin verschillende

7 Ook binnen de musea is dit een aanhoudende discussie. Deze wordt onder andere beschreven door Nina Simon (2010). Daarnaast laat Andrew Keen zich in *The Cult of the Amateur* (2007) bijvoorbeeld in algemenere zin kritisch uit over de waarde van het universele participeren, wat door internet mogelijk is gemaakt, waarmee hij zich ook richt op de verhouding tussen historici en het brede publiek. Zie: N. Simon, *The Participatory Museum*. Santa Cruz 2010; A. Keen, *The Cult of the Amateur. How Today's Internet is Killing Our Culture*. New York, 2007.

1 experts vanuit allerlei achtergronden en vormen een netwerk dat vanuit de
2 gezamenlijkheid van Modemuze wordt onderhouden. De kern die uit deze
3 discussie gehaald kan worden, is geen technische kwestie, maar richt zich
4 op het karakter van participatie op een dergelijk platform. Daarom is voor de
5 ontwikkeling van Modemuze gekozen voor een groeiemodel. Het platform zal
6 in de loop van de tijd op basis van voortschrijdend inzicht worden uitgebreid
7 naar inhoud en functionaliteit.

8 **Ontwikkelen met het publiek**

9 Het inzetten van digitale technieken voor een online platform gericht op het
10 verrijken van het domein van mode en kostuum biedt vele mogelijkheden
11 om publieksparticipatie in een nieuwe vorm te gieten. Mogelijk leidt dit tot
12 revolutionaire resultaten: bijvoorbeeld het verrijken van de museale mode- en
13 kostuumgeschiedenis door de digitale aanvulling van alle sneakercollecties in
14 Nederland. Voordat dit echter plaats kan vinden, zullen museum en publiek
15 een omslag moeten maken in de houding ten opzichte van kennisuitwisseling
16 in en om het museum. Ook voor de conservatoren van de zeven initiërende
17 musea is dit een spannend project, en wel een zonder duidelijk begin of einde.
18 Technische ontwikkelingen dragen bij door nieuwe mogelijkheden te bieden
19 voor participatie, maar zijn niet fundamenteel participatief. Vooraan staat dat
20 het belangrijk zal blijven om een actieve rol te spelen bij het opbouwen en
21 onderhouden van een platform. Dit moet samen met het publiek gebeuren,
22 zowel online als offline. Bijeenkomsten, zoals kijkjes in het depot of thematisch
23 ingerichte bijeenkomsten met lezingen en presentaties, zijn voor Modemuze
24 bijvoorbeeld uitermate geschikt voor het uitnodigen van actieve gebruikers.
25 Deze contactmomenten blijven belangrijk als motivatie, voor de tastbaarheid
26 van het project, maar ook het ontmoeten van nieuwe mensen en bovenal de
27 fysieke ervaring van de mode- en kostuumwereld. Een aanpak van online en
28 offline mogelijkheden zal nodig zijn om de bezoeker echt gebruiker te maken
29 op het platform.

30 Modemuze zal worden opgezet als groeidiament. Het platform zal
31 eenvoudig beginnen en in de loop van de komende 2 jaar worden uitgebreid
32 naar inhoud en functionaliteit. De verwachting is een eerste basisversie eind
33 2014 te kunnen lanceren. Ondersteund door het Mondriaan Fonds, het VSB-
34 fonds en het SNS-Reaal Fonds kon in november 2013 de ontwikkelfase van het
35 project Modemuze officieel van start gaan.

