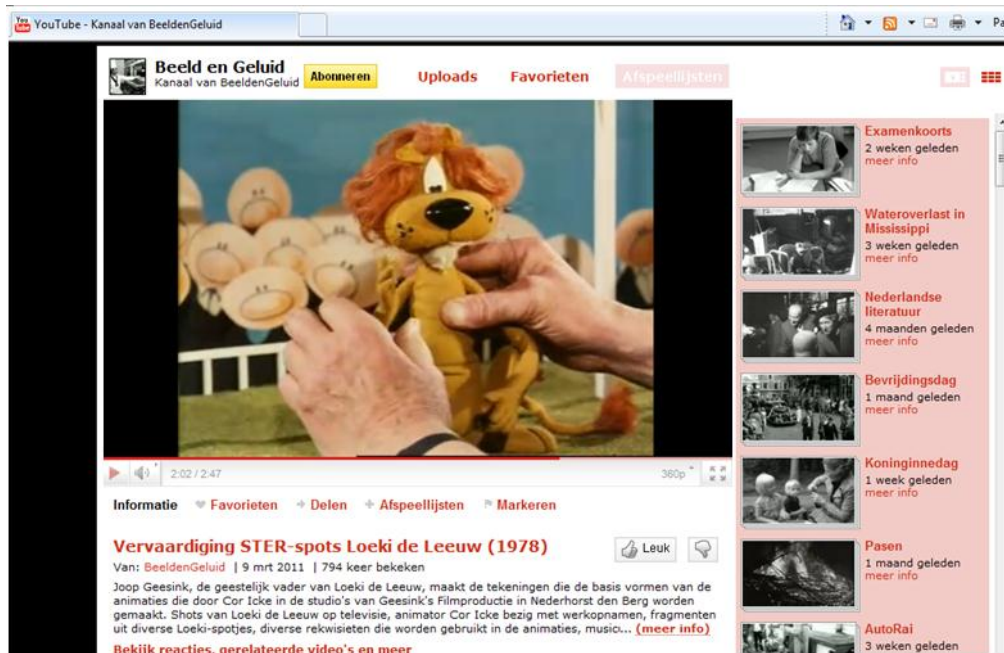


DIGITALE NOSTALGIE



YOUTUBE ALS EXTENSIE VAN HET BEELD EN GELUID ARCHIEF

BACHELOR EINDWERKSTUK
Eindversie - 27 juni 2011
Thema: Media-archiveringspraktijken Blok 4
Jildau Hartzema 3227618
Docent: K. de Zwaan

Inhoudsopgave

| | |
|--|----|
| Inleiding..... | 2 |
| Beeld en Geluid..... | 3 |
| Acces tot het audiovisuele archief in het digitale tijdperk..... | 4 |
| Cultureel geheugen in het digitale tijdperk..... | 7 |
| YouTube-kanaal Beeld en Geluid..... | 9 |
| Conclusie..... | 12 |
| Literatuur..... | 13 |
| Bijlage..... | 14 |

Inleiding

Het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum bevat de grootste collectie audiovisueel archiefmateriaal van Nederland. Via diverse media kan men toegang krijgen tot dit materiaal. Zo kan er een bezoekje worden gebracht aan het archief zelf. Aldaar kan men ook door middel van de Experience, een interactief museum, materiaal tot zich nemen. Daarnaast wordt er regelmatig archiefmateriaal van Beeld en Geluid gebruikt in cultuurhistorische televisieprogramma's als *Andere Tijden* en ook plaatst Beeld en Geluid videofragmenten op een eigen YouTube kanaal. Deze crossmediale aanpak voor het bereiken van publiek en gebruikers is onder meer mogelijk door het project *Beelden voor de Toekomst*, waarvan Beeld en Geluid één van de consortiumpartners is. De strekking van het project is om zoveel mogelijk archiefmateriaal te digitaliseren en toegankelijk te maken. Het project loopt bijna ten einde, en nu het grootste deel van het materiaal gedigitaliseerd is, moet er nagedacht worden over de ontsluiting van dit materiaal. Meer en meer leeft het idee dat dit archiefmateriaal toegankelijk moet zijn voor iedereen, omdat het cultureel erfgoed is. Een deel van het archief is te bewonderen op het YouTube kanaal, maar dit beslaat lang niet al het materiaal. Iedere twee weken worden er van actuele onderwerpen afspeellijsten op dit kanaal geplaatst, met daarin fragmenten. Te denken valt aan Pasen, Bevrijdingsdag en Koninginnedag. Dat korte videofragmenten het goed doen bij het grote publiek, blijkt alleen al uit de grote populariteit van YouTube. Deze in 2005 opgerichte website, waarop iedereen filmpjes kan uploaden, heeft per dag 2 miljard weergaven.¹ Gezien dit feit, is het logisch dat Beeld en Geluid via dit medium beelden toegankelijk maakt. Er zijn echter ook nadelen aan YouTube verbonden; de beeldkwaliteit is slecht, er moet rekening worden gehouden met auteursrecht en de toegestane lengte van fragmenten is beperkt. Toch zijn er ook redenen aan te voeren om als archief wel gebruik te maken van YouTube. Zo kunnen gebruikers makkelijker toegang krijgen tot archiefmateriaal, en kan er meer interactie ontstaan tussen archief en gebruiker door bijvoorbeeld reacties te plaatsen.

Het digitaliseren van archiefmateriaal, het ontsluiten ervan op websites als YouTube en de interactie met gebruikers, zijn allemaal voorbeelden van digitale ontwikkelingen die de laatste jaren plaats hebben gevonden in het archieflandschap. Deze digitale ontwikkelingen hebben dus onder andere invloed op de *access* tot het archief. Volgens Leo Enticknap is door de snelle veranderingen in het digitale tijdperk de verwachting van gebruikers vanarchieven veranderd. (Enticknap, 12) Door digitale media lijkt het heel gemakkelijk om alle soorten materiaal snel toegankelijk te maken. De generatie die is opgegroeid met digitale media, is gewend dat alles op internet te(rug) te vinden is. Zij houden echter geen rekening met keuzes die archivarissen moeten maken, bijvoorbeeld de keuze tussen het materiaal op lage kwaliteit online plaatsen, of op hoge kwaliteit offline. Maar zelfs als een archief beslist dat er concessies gedaan moeten worden aan de kwaliteit van het materiaal, spelen er nog copyright kwesties die restricties leggen

¹ Cijfers van mei 2010. http://www.youtube.com/t/press_timeline

op toegankelijkheid. Al deze keuzes hebben ook invloed op de vorming van cultureel geheugen. Waar voorheen archivarissen als neutrale en objectieve behouders van het archief werden gezien, en het archief zelf als passieve bewaarplaats en bron voor naslag, is er al langere tijd een trend gaande in het betwijfelen van deze objectiviteit. Door archieven als machthebbende instanties te benaderen kunnen ze volgens Joan M. Schwartz en Terry Cook als sociale constructies gezien worden. (Schwartz en Cook, 3) In plaats van dat archieven slechts de geschiedenis en sociale realiteiten beschrijven, creëren ze deze ook voor een groot deel. Wat mensen belangrijk en waardevol vinden belandt in het archief, maar tegelijkertijd bepaalt het archief ook wat mensen belangrijk en waardevol moeten vinden. Zo vormt het archief het cultureel geheugen. Door het digitaliseren en online toegankelijk maken van archiefmateriaal, wordt het makkelijker om toegang te krijgen tot het materiaal dat het cultureel geheugen vormt. Ook hier worden echter weer keuzes gemaakt door archivarissen, die bepalen wat er wel en niet online toegankelijk komt.

Ook op het YouTube kanaal van Beeld en Geluid wordt materiaal vertoond dat het cultureel geheugen van gebruikers kan vormen. In dit essay ga ik onderzoeken hoe het toegang bieden tot het Beeld en Geluid archief door middel van YouTube gevolgen heeft voor het cultureel geheugen. Met onderwerpen als Koninginnedag en Bevrijdingsdag en materiaal dat van voor 1982 is wordt op het YouTube kanaal van Beeld en Geluid in hoge mate ingespeeld op nostalgische gevoelens van gebruikers. Het zijn merendeels fragmenten die herkenbaar zijn voor iedere gebruiker. Op deze manier wordt een zo breed mogelijk publiek bereikt, maar kan ook beargumenteerd worden dat het kanaal enigszins oppervlakkig blijft. Een reden voor het aanspreken voor een groot publiek, is de publieke functie van Beeld en Geluid. Nog een reden is dat Beeld en Geluid voor een groot deel het geld dat in Beelden voor de Toekomst is gestoken, moet terugverdienen.

Alvorens tot een nadere analyse van het YouTube kanaal te komen en de gevolgen hiervan op het cultureel geheugen van gebruikers, acht ik het noodzakelijk om een algemeen beeld te scheppen van Beeld en Geluid, Beelden voor de Toekomst en het YouTube kanaal van Beeld en Geluid. Daaropvolgend zal ik overgaan op een conceptuele analyse aan de hand van literatuuronderzoek in combinatie met een analyse van de gebruikersmogelijkheden van het YouTube kanaal.

Beeld en Geluid

Beeld en Geluid herbergt meer dan 700.000 uur aan audiovisueel materiaal. Het materiaal dat verzameld wordt is vanuit historisch of cultuurhistorisch oogpunt van nationaal belang. Jaarlijks groeit het archief door het binnenstromen van digitale uitzendingen en het aanbod van particulieren met duizenden uren. De collectie bevat het volledige publieke radio- en televisiearchief, maar ook bijvoorbeeld documentaires, bioscoopjournaals en reclames. Beeld en Geluid conserveert, digitaliseert, catalogiseert en beschrijft dit materiaal en maakt het

toegankelijk voor het publiek. Dat toegankelijk maken gebeurt onder andere met de Media Experience, het interactieve museum dat in het zelfde gebouw is ondergebracht als het archief zelf. Hier is 20.000 uur van het materiaal te bezichtigen. Geopend in december 2006, trok de Experience in haar eerste bestaansjaar al 230.000 bezoekers. (Beeld en Geluid website, Instituut)

Een belangrijke taak van Beeld en Geluid is het behouden en bewaren van nationaal erfgoed. Dit materiaal dreigt te vergaan, en daarom is in 2007 het project Beelden voor de Toekomst van start gegaan. Samen met de consortiumpartijen Kennisland, Nationaal Archief, Eye Film Instituut Nederland, Vereniging van Openbare Bibliotheken en Centrale Discotheek Rotterdam werkt Beeld en Geluid samen om 137.200 uur video, 22.510 uur film, 123.900 uur audio en 2,9 miljoen foto's te conserveren en digitaliseren. (Beelden voor de Toekomst, 5,7) Dit gedigitaliseerde archiefmateriaal willen ze uiteindelijk zo breed en laagdrempelig mogelijk toegankelijk maken. Vanuit dit idee heeft Beeld en Geluid sinds januari 2007 ook een eigen YouTube kanaal.² Hierop plaatsen zij materiaal uit de Polygoon en RVD collectie. Dit is het enige materiaal waarvan Beeld en Geluid zelf de rechten bezit.³ De rechten van het radio- en televisiemateriaal waar ze verder over beschikken, ligt bij omroepen, productiemaatschappijen en dergelijke. Wekelijks of tweewekelijks wordt er een afspeellijst toegevoegd aan het kanaal, welke meerdere relevante filmpjes bevat. Deze afspeellijsten haken in op de actualiteit; het nieuws, een gebeurtenis, evenement, feestdag, etc. Het kanaal is inmiddels meer dan 338.000 keer bekeken en heeft 3.339 abonnees. Het totale aantal weergaven van alle video's in het kanaal is ruim 4.350.000.⁴

Het ontstaan van het YouTube kanaal komt ook voort uit het doel dat Beeld en Geluid zich stelt: het 'teruggeven' van het archief aan het publiek dat de collectie voor een deel zelf heeft betaald door middel van belastingen. Het YouTube kanaal heeft voornamelijk een etalagefunctie. Bezoekers kunnen op meer of mindere actieve manier gebruik maken van het YouTube kanaal. Ze kunnen gewoon één filmpje of een afspeellijst bekijken en het daarbij laten. Ze kunnen ook abonnee worden van het kanaal, waarmee ze van iedere nieuw geüploade video via de mail op de hoogte worden gebracht. Daarnaast kunnen bezoekers op het kanaal of op individuele video's reageren. Ook kunnen ze een video *embedden* op een eigen website, waardoor deze daar zichtbaar wordt. Websites als GeenStijl en NRC hebben hier bijvoorbeeld al gebruik van gemaakt. Op deze manier trekt de video nog meer kijkers, en wellicht toekomstige bezoekers.

Acces tot het audiovisuele archief in het digitale tijdperk

Arjo van Loo beschrijft in 'Een centraal digitaal domein – Het audiovisuele archief in de 21^e eeuw' dat er een verschuiving plaatsvindt in de positie van audiovisuele archieven. Van het sluitstuk van

² <http://www.youtube.com/user/BeeldenGeluid>

³ Informatie over het Youtube kanaal komt, naast analyse van het kanaal, voort uit een schriftelijk interview met Ruurd Blom, senior medewerker externe dienstverlening van Beeld en Geluid. Zie bijlage.

⁴ Cijfers van 06-06-2011.

het productieproces, een laatste rustplaats, verandert het archief naar een centrale plaats van waaruit programma's worden geproduceerd en gedistribueerd. Door meer mogelijkheden tot hergebruik van archiefmateriaal - meer en nieuwe media via welke het kan worden verspreid - is de commerciële waarde ervan toegenomen. De verspreiding van content via meerdere media wordt ook wel crossmedia genoemd. Harry van Vliet komt in *De digitale Kunstkamer. Cultureel Erfgoed en Crossmedia* tot de volgende definitie: "Crossmedia is het gebruik van twee of meerdere media, die worden ingezet vanuit een eenmalige productie, of in ieder geval vanuit een gedeelde communicatiedoelstelling en waarbij de content via die verschillende media elkaar versterkt of in ieder geval beïnvloedt"(38). Van Vliet onderscheidt twee manieren waarop crossmedia ingezet wordt. Het eerste is een dominant medium dat ondersteunt wordt door andere media, het tweede is een centraal concept dat uitgedragen wordt door meerdere media. In het geval van Beeld en Geluid is er een dominant medium, het archief, dat door diverse media wordt ondersteund; de Media Experience, YouTube, Beeld en Geluid Wiki, etc.

Om het archiefmateriaal te kunnen verspreiden via deze media en te hergebruiken is het belangrijk dat de toevoeging van metadata en het archiveren goed gebeurt. Archiveren en context toevoegen aan het materiaal zal volgens van Loo steeds meer een integraal deel van het productieproces gaan vormen. Maar zoals van Loo zegt, "Content heeft pas waarde wanneer de gebruiker het recht heeft dit te gebruiken" (161). Het gebruiken van het cultureel erfgoed in audiovisuele archieven is niet, zoals deze andere benaming van archiefmateriaal wel zou doen vermoeden, vanzelfsprekend. Er is al sinds het ontstaan van audiovisuele archieven een debat gaande over het toegang bieden tot deze archieven. Dit debat kwam in het leven met het ontstaan van filmarchieven in de jaren '30. Enerzijds was er Ernest Lindgren, de oprichter van het UK National Film en Television Archive in 1935. Volgens hem moest het archief gebaseerd zijn op vertrouwen; behoud van het materiaal stond bovenaan, wat gevolgen had op de acces ervan. Anderzijds was er Henri Langlois, de oprichter van de Cinemathèque Française in 1936, volgens wie het archief alleen bestaansrecht heeft als het op een proactieve en uitgebreide manier toegankelijk wordt gemaakt. (Enticknap, 12) De veiligheid en eerlijkheid van het materiaal in de Cinemathèque Française was door deze aanpak wel betwistbaar. Niet van al het materiaal was duidelijk wat de herkomst was, uniek materiaal werd niet goed onderhouden, en er was weinig gecatalogiseerd. Met een brand in 1959 verdween dan ook een hoop uniek materiaal. (Enticknap, 14) Het andere uiterste was Ernest Lindgren, die uit angst voor dergelijke rampen en het verlies van vertrouwen van klanten, het archiefmateriaal van UK National Film en Television Archive krampachtig opgeborgen hield. In dit geval kan men zich afvragen wat het belang van het verzamelen en bewaren is, als uiteindelijk niemand het te zien krijgt.

Tegenwoordig zien alle archieven het belang van het ontsluiten van hun objecten wel in, de meeste archieven zijn dan ook een compromis tussen deze twee uitersten. Er wordt een groot belang gezien in het goed conserveren en onderhouden van het archiefmateriaal, maar het doel van het archief is uiteindelijk dat de maatschappij toegang heeft tot het cultureel erfgoed.

Helemaal in het digitale tijdperk, waarin alles online beschikbaar lijkt te zijn. Maar zelfs als de belangrijkste doelstelling van een archief het toegankelijk maken van archiefmateriaal is, zoals bij Beeld en Geluid het geval is, zijn er nog een grote hoeveelheid obstakels en overwegingen die roet in het eten gooien. Veel van deze obstakels verdwijnen door digitalisering; zoals het beschermen van objecten omdat het materiaal te gevoelig is. Door de content op een nieuwe drager te zetten, kan het origineel daarna met rust gelaten worden. Daarnaast is al het materiaal dat tegenwoordig binnenstroomt bij Beeld en Geluid al digitaal en meteen voorzien van metadata, en dus een context. Ook wordt het door digitale media makkelijker om een groter publiek te bereiken, door bijvoorbeeld websites als YouTube. Maar een aantal andere obstakels blijven ook in het digitale tijdperk bestaan, zoals copyright-kwesties. Volgens Arjo van Loo zal het regels afstemmen met rechthebbenden van archiefmateriaal dan ook steeds een belangrijkere taak gaan innemen in het archivale proces. (156) Informatie omtrent rechten is een belangrijk onderdeel van metadata van archiefobjecten. Niet alleen is een archiefobject onvindbaar als er niet de juiste metadata aan vast zit, als er geen rechteninformatie beschikbaar is, is het ook nog eens onbruikbaar (Van Loo, 161). Alleen informatie over wie de rechten heeft, is echter niet genoeg. Er moeten ook afspraken gemaakt worden met rechthebbenden over wanneer materiaal gebruikt mag worden en hoeveel dit kost in verschillende situaties. Vaak zal er een verschil in prijs zijn of het voor educatieve, commerciële of individuele doeleinden gebruikt gaat worden. Van het materiaal op het YouTube-kanaal van Beeld en Geluid, de polygoon-collectie, liggen de rechten bij Beeld en Geluid zelf. Zij kunnen dus zelf beslissen om fragmenten daarvan op internet te plaatsen. Ander materiaal kan wel bekeken of besteld worden, maar afhankelijk van de doeleinden zal hier een zekere prijs voor betaald moeten worden.

De vraag naar audiovisueel archiefmateriaal wordt door het digitale tijdperk steeds groter. Zowel in het individuele leven als in de commerciële en educatieve sector komt er meer aandacht voor bewegend beeld. Doordat dit op grote schaal beschikbaar is op internet en op snelle manier verspreid wordt, zijn de verwachtingen van de archiefgebruiker hoog. Dat archiefmateriaal niet altijd toegankelijk of beschikbaar is, wordt vaak niet begrepen. Ook volgens Julia Noordegraaf verandert de relatie tussen behouders en gebruikers van het archief door de opkomst van virtuele archieven en online portals. Zo zegt ze in 'Remembering the past in the dynarchive: the state of knowledge in digital archives': "YouTube has become the standard of what people expect audiovisual archives to be – unlimited online access and active user participation have become crucial for an archive's visibility and public existence" (Noordegraaf, 1). Door digitale media lijkt het er op dat het heel gemakkelijk is om al het materiaal beschikbaar te maken. Maar het tegendeel is waar, nog steeds spelen de zelfde issues van technische authenticiteit en catalogisering. Technische authenticiteit is een concept dat volgens Enticknap centraal staat in het huidige Lindgren/Langlois debat, dat volgens hem tegenwoordig als volgt is: *access* moet technische authenticiteit bewaren versus accepteren dat technische en esthetische kwaliteit minder belangrijk is geworden. Enerzijds is er de keuze om archiefmateriaal *online* te

plaatsen, wat veel verlangd wordt, maar dit gaat wel ten koste van de technische authenticiteit van het materiaal. Anderzijds kan er gekozen worden om dit deel van de technische authenticiteit te bewaren, en het materiaal alleen *offline* en op hoge kwaliteit dragers beschikbaar te maken. Dit gaat echter weer ten koste van de toegang. Aan het debat over technische authenticiteit zal ik verder geen aandacht besteden, omdat hier gewoonweg de plaats niet voor is, maar ook omdat Beeld en Geluid duidelijk de prioriteit bij toegankelijkheid heeft gelegd. Wat logisch is, gezien de huidige vraag van de individuele, educatieve en commerciële sector naar cultureel erfgoed.

Cultureel geheugen in het digitale tijdperk

Er zijn diverse redenen te bedenken voor de vraag naar cultureel erfgoed vanuit deze verschillende sectoren. Individuen willen wellicht meer te weten komen over verleden, cultuur en tradities. De educatieve sector wil leerstof aanvullen met audiovisueel materiaal en de commerciële sector zou bijvoorbeeld belang kunnen hebben bij archiefmateriaal om nostalgische gevoelens op te wekken bij hun producten of producties. Al deze redenen zorgen er ook voor dat het cultureel geheugen van mensen gevormd wordt. Cultureel geheugen zegt iets over hoe een cultuur, volk, groep zich zijn eigen verleden herinnert. Het is een gedeelde kennis van het verleden dat geen onderdeel uitmaakt van de 'officiële geschiedenis', maar een constructie is van het verleden die altijd onderhevig is aan verandering. Cultureel geheugen is altijd gemedieerd. (De Zwaan, hoorcollege) Eric Ketelaar schrijft hierover in 'Sharing: Collective memories in communities of records': "Individual memory becomes social memory by social sharing of experiences and emotions. Social sharing is mediated by cultural tools. These tools are 'texts' in any form, written, oral, as well as physical" (1). Deze *cultural tools* kunnen boeken of films zijn, maar ook tradities en rituelen. Al deze uitingen samen vormen en voeden het cultureel geheugen. Deze documenten en tradities vormen niet alleen het cultureel geheugen, maar worden ook gevormd door cultureel geheugen: "Records, oral or written, become both the creators as well as the products of the societal memory of a community" (4), aldus Ketelaar.

Het cultureel geheugen - hoe wij onze geschiedenis zien, onze culturen en tradities - worden voor een groot deel gevormd door keuzes van bovenaf; overheid, media, en ook instituten als bijvoorbeeld het Beeld en Geluid archief. In het geval van archieven worden er meerdere malen keuzes gemaakt die bepalen welk materiaal beschikbaar is om cultureel geheugen te vormen. Naast het al dan niet opnemen van materiaal in het archief, het al dan niet onderhouden van dit materiaal en het al dan niet digitaliseren van dit materiaal, wordt ook nog eens besloten over het al dan niet online toegankelijk maken van dit materiaal. Ook Joan M. Schwartz en Terry Cook schrijven over deze macht van archieven over het cultureel geheugen in hun artikel 'Archives, Records and Power: The Making of Modern Memory'. Archivarissen werden volgens hen lang gezien, en zagen zichzelf, als neutraal, objectief en onpartijdig. De woorden macht en archieven leken niet bij elkaar in één zin te horen, maar de laatste decennia worden ze

toch steeds vaker zo gevonden. Schwartz en Cook beschrijven deze macht op drie verschillende niveaus. Ten eerste is er de macht van archieven als instituut, waar die zich mengt in debatten rond vrijheid van informatie, bescherming van privacy, copyright, etc. Ten tweede is er de macht van archieven als objecten, in welk geval de vorm en richting van cultureel geheugen, nationale identiteit en historische kennis wordt bepaald. Ten slotte is er nog de macht van archivariissen, welke tot uiting komt in het behouden, selecteren, beschrijven, etc. van die objecten die geheugen en identiteit vormen. (2)

Archieven als instituut werken volgens Schwartz en Cook vanuit bepaalde *frameworks* die met de tijd zijn ontstaan en die bepalen wat er wel en niet tot archieven behoort. Binnen die *frameworks* zijn principes en strategieën ontstaan die de compositie en het karakter van de inhoud van archieven bepalen, en daarmee het cultureel geheugen. Door de macht van archieven, en de objecten daarin, te erkennen, kan begrepen worden dat zij de geschiedenis en sociale realiteit die ze schijnbaar beschrijven, eigenlijk creëren. (3, 7) Of zoals Schwartz en Cook het zelf beschrijven:

“Later in the record’s life, a tiny fraction of all those records created are appraised, selected, and memorialized as archives; the vast majority are not. Archival choices about how to describe this archival fragment reinforce certain values and impose emphases and viewing orders for the archive. Archival approaches to making records available (or not) again create filters that influence perceptions of the records and thus of the past.” (14)

In ‘Remembering the past in the dynarchive: the state of knowledge in digital archives’ onderzoekt Julia Noordegraaf de consequenties van het gebruik van *tagging* door gebruikers voor bestaande manieren van het beschrijven van audiovisueel materiaal. (1) Het doel van archiveren is volgens haar het behouden van erfgoed en het toegankelijk en betekenisvol maken voor hedendaagse en toekomstige gebruikers. Dit gebeurt onder andere door het bij elkaar houden van collecties, maar ook door beschrijven en *tagging*. Ook volgens Noordegraaf is het beeld van de archivaris die archiefstukken systematisch, transparant en objectief beschrijft in de laatste twee decennia erg veranderd (2). Aan de ene kant is het beschrijven van archiefstukken nooit volledig neutraal en objectief geweest, aan de andere kant wordt dit beeld nog verder uitgedaagd door de komst van elektronische documenten. De archivaris staat, zoals ook Van Loo schreef, niet meer aan het eind van de productie, maar in het centrum. Het audiovisuele archief is veel dynamischer geworden; het archivale proces heeft niet langer een vaste plaats en vindt plaats door alle fases van het productieproces. (Noordegraaf, 2) De betekenis van archiefstukken ligt dan ook volgens Noordegraaf in het gebruik ervan, inclusief het gebruik gedurende het archivale proces zelf. Daarnaast kan de beschrijving van archiefstukken ook steeds veranderen.

Zoals Noordegraaf Wolfgang Ernst citeert: “Ultimate knowledge (the old encyclopedia model) gives way to the principle of permanent rewriting or addition (Wikipedia)” (3).

Met dat herschrijven en toevoegen wordt veel geëxperimenteerd door archieven door middel van *tagging* door gebruikers. Het verschil met professionele annotatie is dat er in dat geval gebruik wordt gemaakt van een gecontroleerd vocabulaire, terwijl bij *tagging* gebruikers elke beschrijving kunnen gebruiken die ze willen. (Noordegraaf, 4) Deze vorm van *tagging* kan resulteren in meer gebruikersinteractie en het dichten van een gat tussen het taalgebruik van professionals en dat van gebruikers. Materiaal kan hierdoor makkelijker te vinden zijn. Er ontstaat een shift van ‘authoritative knowledge’ naar ‘knowledge by consensus’ (meeste stemmen gelden) (Noordegraaf, 4). Nadeel van deze vorm van *tagging* is dat materiaal niet meer op een vaste plaats in vooraf benoemde categorieën terug te vinden is. Gebruikerstags kunnen inaccuraat, irrelevant en inconsistent zijn, waardoor materiaal onvindbaar kan worden. In de praktijk gebeurt dit echter volgens Noordegraaf niet, omdat professionele tags en gebruikerstags gescheiden blijven, de gebruikerstags zullen in de praktijk als toevoeging op de professionele tags gebruikt worden. (7)

YouTube-kanaal Beeld en Geluid

Beeld en Geluid heeft geëxperimenteerd met *tagging* door middel van de online game ‘Waisda?’, waar Noordegraaf in haar artikel onderzoek naar doet. In deze game worden gebruikers uitgedaagd om *tags* te verzinnen bij een video. Ook op het YouTube kanaal van Beeld en Geluid komt deze manier van gebruikersinteractie terug. Bezoekers kunnen namelijk hun reacties en ideeën over fragmenten achterlaten, en op deze manier soms nuttige contextinformatie toevoegen aan een video. Ook Robert Gehl ziet deze voordelen van interactie op YouTube. In ‘YouTube as Archive: Who Will Curate this Digital Wunderkammer’ onderzoekt Gehl het idee van YouTube als archief. Al het archivale werk op YouTube – categorisatie, classificatie, beschrijven – wordt door gebruikers gedaan. In de zin van een archief als verzamelplaats van objecten, zou je YouTube als een archief kunnen zien. Maar YouTube is geen archief in de zin van een instituut met een missiestatement en een fysieke verschijning. Of zoals Lauren Shohet zegt: “Etymologically, “archive” conveys not only origin, but spatial fixity: the building wherein primary documents are kept” (Shohet, 68). Maar door YouTube als archief te benaderen kan men volgens Gehl meer inzicht krijgen op de rol van de objecten die verzameld zijn op YouTube. Als in andere archieven, zijn de objecten in YouTube vaak gescheiden van hun oorspronkelijke gebruik. Op YouTube is het ofwel een object voor cultureel geheugen, of kan het potentieel waarde hebben voor commercieel gebruik (Gehl, 46). Deze twee mogelijke rollen van video’s op YouTube gelden ook voor de video’s die Beeld en Geluid plaats op haar YouTube-kanaal.

De rol van voeding voor cultureel geheugen is in de video’s die Beeld en Geluid op haar YouTube-kanaal plaatst duidelijk aanwezig. De meeste afspeellijsten die te vinden zijn op het kanaal betreffen tradities, feestdagen en nationale (terugkerende) gebeurtenissen. Zo noemde ik

eerder al Koninginnedag, Bevrijdingsdag en Pasen, maar ook valt te denken aan eindexamens of de AutoRai. Door actuele onderwerpen te kiezen voor afspeellijsten, wordt er ingespeeld op nostalgie en wat er op dat moment onder de mensen leeft. Op deze manier kan er een goede wisselwerking ontstaan tussen gebruiker en archief. Enerzijds zal de gebruiker door middel van de online geplaatste video's het eigen cultureel geheugen kunnen verrijken of aanpassen. Anderzijds kunnen de herinneringen van de gebruiker mogelijk een aanvulling kunnen zijn op wat Beeld en Geluid online heeft geplaatst. Door middel van reacties op deze video's kunnen ze dit delen met het archief en andere gebruikers. Zo reageert iemand op een voetbalclipje uit 1943: "Ik wil jou het wel eens beter zien doen met de ballen van toen. Dik geveterd leer, dat vocht vasthoud (sic!) als een spons... belachelijk zwaar. Als je zo'n ding op de veter kopt kun je naar het ziekenhuis. Ook de schoenen... gewoon een soort legerkistjes met noppen" (Stichting Nederland Kennisland, 35) In de praktijk blijkt echter dat mensen maar zelden daadwerkelijk iets toe te voegen hebben op een video. De reacties zijn grotendeels kort en zijn meer een uiting van persoonlijke aard dan een toevoeging op wat er te zien is. Er zijn dus wel reacties op video's maar van echte interactie is niet te spreken. Daarnaast is het niet mogelijk om op één gehele afspeellijst te reageren. Men kan wel reageren op de algemene pagina van het Beeld en Geluid-kanaal, of op afzonderlijke video's. De reacties op afzonderlijke video's kan men echter alleen lezen op de algemene website van YouTube, waar de filmpjes van Beeld en Geluid zich mengen met die van andere gebruikers. Daarmee bevindt men zich niet meer op het kanaal van Beeld en Geluid en tevens niet meer in de afspeellijst. Dit mankement van YouTube zorgt dus voor een verminderd gebruiksgemak. Voor het *taggen* en achtergrondinformatie verkrijgen over bepaalde fragmenten, is YouTube niet het meest geschikte medium voor Beeld en Geluid.

De onderwerpen waarmee Beeld en Geluid haar YouTube-kanaal vult zijn voornamelijk van een neutraal, vrolijk en nostalgisch karakter. Het kanaal blijft daarmee enigszins oppervlakkig en luchtig, het grote publiek wordt aangesproken. De onderwerpen waarvan er afspeellijsten worden gemaakt, zijn namelijk grotendeels al onderdeel van het cultureel geheugen van de gebruiker doordat ze er via andere media al mee worden geconfronteerd. Toch zou het misschien een idee zijn om ander materiaal uit de Polygoon collectie online te plaatsen, met onderwerpen waar men niet direct aan denkt. Hierdoor zou er misschien meer discussie kunnen ontstaan, omdat het minder zou inspelen op het 'algemene culturele geheugen'; dat wat iedereen al weet en regelmatig aandacht aan wordt besteed. Het kan natuurlijk zo zijn dat de collectie enkel materiaal bevat dat voor een groot publiek is bedoeld. Daarnaast is het ook wel begrijpelijk dat het grote publiek wordt aangesproken, gezien Beeld en Geluid toch een publieke functie heeft. Naast die publieke functie moet er ook nog eens geld in het laatje komen, waarbij het eveneens van belang is dat er een groot publiek wordt aangesproken. Daar komt ook nog eens bij dat uit reacties op het YouTube kanaal blijkt, dat mensen vaak ook juist naar het kanaal komen voor nostalgie en traditie. Zo vraagt bijvoorbeeld Ferco1976 "Misschien ook iets van Moederdag?" en ComedyStuff76 schrijft "Nieuwjaars video's waren ook geweldig, ik hoop dat er in februari ook

oude Carnaval's video's opkomen, of Valentijn” (YouTube-kanaal, reacties). Ten slotte is het natuurlijk ook wel zo dat juist traditie en nostalgie zowel het individueel en collectief geheugen voor een groot deel vormen.

Beeld en Geluid heeft ook commerciële belangen. Het is namelijk de bedoeling dat de investeringen door subsidies voor Beelden voor de Toekomst terug verdiend worden. In ‘Images for the Future: Unlocking Value of Audiovisual Heritage’ focussen Johan Oomen et. al. zich op de types services die gecreëerd kunnen worden als resultaat van grote schaal digitalisatie en de sociale en economische voordelen die zij brengen (2). Volgens Oomen et.al. resulteert de investering van 173 miljoen die voor Beelden van de Toekomst wordt gedaan op lange termijn in sociaaleconomische resultaten (3). Directe effecten van deze investering zijn bijvoorbeeld inkomsten door verkoop en toegang voor specifieke gebruikersgroepen. De indirecte effecten betreffen de productenmarkt en arbeidsmarkt. Sociale belangen vinden plaats buiten deze markten; conservatie van cultuur, versterking van cultureel bewustzijn, democratie door de toegang tot informatie, etc. zijn hier een voorbeeld van. Door digitalisatie kan een groter publiek bereikt worden, een publiek dat eerder te moeilijk of duur was om te bereiken. Deze nieuwe groepen hebben hun eigen verwachtingen en verlangens en moeten mogelijk via nieuwe en andere kanalen en services bereikt worden. (Oomen et.al., 5)

Volgens Oomen et. al. werken ze bij Beelden voor de Toekomst vanuit een ‘user centric approach’ (6). Het YouTube kanaal is een manier om deze gebruikers te trekken. YouTube is volgens Oomen et. al. een goed platform voor *storage*, annotatie en distributie van video’s. Het YouTube kanaal van Beeld en Geluid combineert professionele met non-professionele content, en werkt tevens als platform voor meer maatschappelijke betrokkenheid. Met het YouTube-kanaal doet Beeld en Geluid eigenlijk niets nieuws, maar wordt er een “existing platform (...) as a proportional tool” (Oomen et.al., 15) gebruikt, waardoor er een groter publiek bereikt kan worden. Dit publiek wordt op het YouTube-kanaal ook uitgenodigd om verder te kijken op de Beeld en Geluid site; onder aan de beschrijving van elke video op het kanaal wordt een link gegeven naar www.beeldengeluid.nl/tvfavoriet. Via deze link kunnen bezoekers hun favoriete archiefmateriaal op dvd bestellen. Onder de reacties is ook te zien dat mensen wel geïnteresseerd zijn in het verkrijgen van materiaal van Beeld en Geluid. Zo schrijft onder andere WhiteDream1925 “ik wilde even vragen of ik een paar van de beelden over de stormvloed mag gebruiken in een presentatie over dat onderwerp” en vraagt rodieradio “hebben jullie ook beelden van Heerjansdam, Dordrecht, Zwijndrecht en Hendrik ido Ambacht? Ik wil bij een lokale omroep best leuke uitzendingen in elkaar knippen en plakken over geschiedenis van deze streek! hoe kan ik jullie contacteren?” (YouTube-kanaal, reacties). Voor de commerciële functie is YouTube dus zeer geschikt om een nieuw publiek aan te trekken voor Beeld en Geluid.

Conclusie

Met het eigen YouTube-kanaal gaat Beeld en Geluid mee in de digitale ontwikkelingen die tegenwoordig overal plaatsvinden. Steeds meer bedrijven maken gebruik van crossmedia, ze bieden hun diensten aan via diverse media, waardoor een breder publiek bereikt wordt. YouTube is slechts één van de media die door Beeld en Geluid wordt ingezet om meer mensen te bereiken, en hun commerciële diensten te verspreiden. Uit het gebruik van het YouTube-kanaal van Beeld en Geluid wordt duidelijk dat er behoefte bestaat onder mensen om het cultureel geheugen te voeden met cultureel erfgoed. De gebruikers die uit nieuwsgierigheid of interesse filmpjes komen kijken reageren wel op filmpjes, maar hebben doorgaans weinig toe te voegen aan de content of context. De bezoekers die op zoek zijn naar iets specifiek, worden door de beheerders van het kanaal doorverwezen naar het Beeld en Geluid archief. Het YouTube-kanaal speelt dus wel in op het cultureel geheugen en de schijnbare behoefte deze te voeden, maar interactie op dit gebied valt tegen. Het kanaal levert wel materiaal aan waarmee het cultureel geheugen gevormd of opgefrist kan worden, maar krijgt behalve af en toe een verzoekje voor een nieuwe afspeellijst, weinig *input* waarmee ze zelf hun metadata kunnen uitbreiden. Dit gebrek aan discussie en interactie komt onder andere doordat er wordt ingespeeld op een gedeelde geschiedenis waar men al regelmatig aan herinnerd wordt door traditie en andere media. Het al bestaande cultureel geheugen wordt opnieuw opgehaald en eventueel gespekt. Veel verandering in het cultureel geheugen zal er niet plaatsvinden, omdat het veelal herhaling en nostalgie is waar men mee te maken krijgt op het YouTube kanaal van Beeld en Geluid. Van gevolgen voor het cultureel geheugen van de gebruiker van het kanaal, behalve dat men makkelijker toegang krijgt tot audiovisueel materiaal er van, is dus niet echt te spreken.

Het YouTube kanaal kan dan ook beter als extensie van het Beeld en Geluid archief worden benaderd. Beeld en Geluid biedt nog steeds dezelfde diensten aan, maar bereikt door middel van YouTube een groter publiek. De drempel om het YouTube-kanaal te bezoeken is kleiner dan om direct naar Hilversum te gaan om het archief of de Experience te bezoeken. Door de filmpjes op YouTube worden de bezoekers echter wel geprikkeld om langs te komen in Hilversum, of in ieder geval op de website van Beeld en Geluid, vanwaar ze ook dvd's kunnen bestellen met materiaal waarvoor ze interesse hebben. Commercieel gezien is YouTube dus een handig medium voor Beeld en Geluid om gebruik van te maken. Dat commerciële aspect houdt het kanaal echter wel enigszins oppervlakkig. Het grote publiek wordt aangesproken; de afspeellijsten die geplaatst worden zijn van een nostalgisch karakter. Tegelijkertijd spreekt dit mensen wel aan, wat blijkt uit reacties, en is de Experience daar ook voor een groot deel op gebaseerd. Nog een reden voor een wat eenzijdig beeld kan gezocht worden bij auteursrechten. Beeld en Geluid kan niet al het materiaal in hun bezit online plaatsen, omdat ze daar gewoonweg niet de rechten voor hebben. Wil men een meerzijdig en beter beeld krijgen van de collectie van Beeld en Geluid, dan zal men meerdere media moeten raadplegen of een bezoekje brengen aan Hilversum.

Literatuur

- Consortiumpartners Beelden voor de Toekomst. *Projectplan 'Beelden voor de Toekomst'*. Amsterdam: 2006.
- Enticknap, Leo. "Have digital technologies reopened the Lindgren/Langlois debate?" *Spectator* (2007): 10-20.
- Gehl, Robert. "YouTube as archive. Who will curate this digital Wunderkammer?" *International Journal of Cultural Studies* (2009): 43-60.
- Ketelaar, Eric. "Sharing: Collected Memories in Communities of Records." Gepubliceerd in *Archives & Manuscripts* (2005), geraadpleegd via cf.hum.uva.nl/bai/home/eketelaar/Sharing.doc, 20 juni 2011.
- Loo, Arjo van. "Een centraal digitaal domein. Het audiovisuele archief in de 21^{ste} eeuw." *Tijdschrift voor mediageschiedenis* 3.2 (2000): 150-166.
- Noordegraaf, Julia. "Remembering the past in the Dynarchive: The State of Knowledge in Digital Archives." Paper voor de conferentie Media in Transition 7, *Unstable Platform: The Promise and Peril of Transition* (Boston, 2011).
- Oomen, Johan; Verwayen, Harry; Timmermans, Nikki & Heijmans, Lieke. *Images for the Future: Unlocking Value of audiovisual heritage*, 2009. Raadpleegbaar via: <http://imagesforthefuture.com/en/research/museums-and-web-%E2%80%93-article-unlocking-value-audiovisual-heritage-online>
- Schwartz, Joan M., and Terry Cook. "Archives, Records, and Power: The Making of Modern Memory." *Archival Science* 2 (2002): 1-19.
- Shohet, Lauren. "YouTube, Use, and the Idea of Archive." *Shakespeare studies* (2010): 68-77.
- Stichting Nederland Kennisland. *Beelden voor de Toekomst: De eerste successen*. Amsterdam, 2009.
- Vliet, Harry van. *De digitale Kunstkamer. Cultureel Erfgoed en Crossmedia*. Hogeschool Utrecht Kenniscentrum Communicatie en Journalistiek, 2009.

Internet

- Beeld en Geluid <http://instituut.beeldengeluid.nl/index.aspx?ChapterID=8493>
- YouTube-kanaal <http://www.youtube.com/user/BeeldenGeluid>

Hoorcollege

- Zwaan, Klaas de. *Deconstructie van het archief*. Media Archieven hoorcollege. Universiteit Utrecht, 17 mei 2010. (Naar aantekeningen)

Bijlage: schriftelijk interview met Ruurd Blom, senior medewerker externe dienstverlening van Beeld en Geluid

- Waarom is besloten een YouTube-kanaal van het Beeld en Geluid archief aan te maken?

Door de grote populariteit van YouTube is dit een middel bij uitstek voor Beeld en Geluid om zichzelf aan het grote publiek te openbaren op een laagdrempelige manier. Materiaal dat wij online zetten op ons YouTube-kanaal is altijd uit de Polygoon- en/of de RVD-collectie. Beeld en Geluid heeft de rechten op dit materiaal en in die zin mogen we daarmee doen wat wij willen. Bij ons ligt verder alle radio- en televisiemateriaal van alle publieke omroepen maar daarvan liggen de rechten elders (bij de omroepen, produktiemaatschappijen, e.a.).

- Wat is het doel/missie-statement van het YouTube-kanaal?

Inspelen op de actualiteit door het ontsluiten van oude filmpjes uit de Polygoon-collectie (Polygoon Hollands Nieuws, Polygoon Wereldnieuws, Polygoon Opdrachtfilm) en af en toe RVD-materiaal. De site heeft een etalagefunctie voor Beeld en Geluid.

- Hoe wordt de selectie gemaakt van de archiefstukken die beschikbaar worden gemaakt via YouTube?

Er wordt wekelijks dan wel tweewekelijks een afspeellijst toegevoegd. Elke afspeellijst bevat meerdere filmpjes. Het onderwerp van de afspeellijst haakt in op een actuele gebeurtenis in het nieuwe (in Nederland, of in het buitenland) of haakt aan bij een event, een nieuwe release (bv. een dvd-box), nieuwe tentoonstelling, etc. binnen Beeld en Geluid.

- Voor wie is het YouTube-kanaal bedoeld?

Primaire doelgroep: alle geïnteresseerden (particulier en professioneel)

Onder deze doelgroep valt eigenlijk iedereen die interesse heeft in beeld- en geluids-materiaal, ongeacht de reden van interesse.

Ons beeldmateriaal op YouTube is materiaal tot ongeveer 1982 dus zal de belangrijkste groep geïnteresseerden een leeftijd vanaf globaal 35 jaar zijn die geïnteresseerd zijn in verdieping van (historische) gebeurtenissen en een zekere hang naar nostalgie hebben. Maar er is ook een jonge groep die met belangstelling kijkt naar video's van vroeger en zich verbazen over hoe het er toen aan toe ging.

Secundaire doelgroep: alle niet particulieren, professionelen e.a.

Het kan voorkomen dat programmamakers of andere professionele hergebruikers van archiefmateriaal iets zien op YouTube waar vervolgens een aanvraag uit voortvloeit via onze

sales-afdeling.

We vermelden onderaan de beschrijving van elke video: Deze video of jouw TV-favoriet op dvd bestellen? Ga naar <http://www.beeldengeluid.nl/tvfavoriet>

- Op welke manier wordt het YouTube-kanaal momenteel gebruikt door bezoekers ervan?

Bezoekers kunnen zich abonneren op het kanaal, en ontvangen per email een bericht zodra er een nieuwe video geupload is.

Bezoekers kunnen ook reageren op de filmpjes als een soort blogfunctie.

Daarnaast kunnen bezoekers onze video's embedden op hun/een website waardoor onze YouTube-video's op andermans website te zien is. Dat is al gebeurd door onder meer Geen Stijl, NRC en andere goed bezochte websites. Een gevolg daarvan is dat deze video's in korte tijd veel bezoekers trekken.

- Wat voor rol speelt het YouTube-kanaal in de interactie met (toekomstige) gebruikers van het archief?

Soms weten bezoekers van ons YouTube-kanaal meer details te vertellen over bepaalde gebeurtenissen of onderwerpen door persoonlijke betrokkenheid. Daardoor kunnen wij onze beschrijvingen van het bewaarde materiaal aanvullen met soms zeer waardevolle informatie. Daarnaast vermelden we onderaan de beschrijving van elke video: Deze video of jouw TV-favoriet op dvd bestellen? Ga naar <http://www.beeldengeluid.nl/tvfavoriet>. Op die manier moedigen wij mensen aan zelf in ons archief te gaan spitten, waardoor het archief van Beeld en Geluid steeds bekender wordt aan de buitenwereld. Dat heeft tot gevolg dat mensen een eigen stuk nostalgie bij ons kunnen opvragen, en dat wij – na overleg met de rechthebbenden – mensen radio- of televisiemateriaal kunnen leveren wat voor hen een grote emotionele waarde heeft.

Ons doel als Beeld en Geluid is het 'teruggeven' van het archief aan het publiek die die collectie voor een deel zelf heeft betaald door het betalen van belastingen (waarmee de publieke omroepen worden betaald). Een voorwaarde bij het beschikbaar stellen wij onze collectie voor gebruikers is dat het digitaal beschikbaar is/komt. Daar zijn we al enkele jaren druk mee doende binnen het grootschalige digitaliseringsproject Beelden voor de Toekomst, zie <http://beeldenvoordetoekomst.nl/>

- Wat is de toekomst van het YouTube-kanaal van Beeld en Geluid?

Meegaan in de alle opties en ontwikkelingen die YouTube ons kan bieden zoals bijvoorbeeld binnenkort de optie om live events te streamen via YouTube (in ontwikkeling). Daarnaast zetten we alle andere relevante social media in zoals Twitter, Facebook, LinkedIn en Hyves in mindere mate om ons als Beeld en Geluid aan de buitenwereld te tonen en te profileren.