

Een app, wat een goed idee!?

Digitale middelen in het kunstmuseum: leren van opgedane ervaringen

Door Jill Senhorst, onder begeleiding van Maarten Mesman & Marlous van Gastel

De opkomst van nieuwe technologieën en nieuwe media heeft gevolgen voor het maken, bewaren, verspreiden, tonen en ervaren van kunst. Steeds vaker zetten musea nieuwe technologieën en media in om het publiek meer van hun kunstobjecten te laten zien, weten en ervaren. Mobiele websites en applicaties voor op smartphones en tablets stellen de gebruiker in staat om binnen en buiten de muren van het museum, op eigentijdse wijze, met kunst in aanraking te komen.

In dit licht zagen Fonds 21 en VSBfonds het aantal projectaanvragen voor digitale middelen in museumpresentaties in de afgelopen jaren toenemen. Uit de schriftelijke projectaanvragen van musea blijkt een groot vertrouwen in technologie: de verwachtingen zijn vaak veelbelovend. De uitvoering in de praktijk verloopt door gebrek aan tijd, geld, mankracht, interne betrokkenheid, technologische kennis en vaardigheden in veel gevallen minder voortvarend. Wat kunnen de fondsen en musea, met het oog op toekomstige projectaanvragen, leren van eerder opgedane ervaringen? Jill Senhorst, masterstudent Kunstbeleid en –management aan de Universiteit Utrecht, ging voor hen op onderzoek uit.

Situatieschets

‘Hoe kunnen we bezoekers uitdagen om actief deel te nemen aan het museumaanbod en tegelijkertijd hun inhoudelijke kennis over het gepresenteerde vergroten? Op welke manier kunnen we zoveel mogelijk bezoekers een persoonlijke ervaring bieden? Hoe zorgen we ervoor dat het digitale middel niet belangrijker wordt dan de ervaring bij het kunstwerk?’ Zomaar een greep uit de vragen die naar voren kwamen tijdens de interviews met museummedewerkers van het Amsterdam Museum, Rijksmuseum Amsterdam, Gemeentemuseum Den Haag en Groninger Museum. Musea omarmen in toenemende mate de kracht van digitale middelen om kunst dichterbij het publiek te brengen. Tegelijkertijd bestaat de angst dat dergelijke middelen de publieke belangstelling te veel zouden afleiden van het fysieke kunstwerk.

MuseumNext besteedde in april dit jaar aandacht aan bovengenoemde spanning tijdens de presentatie ‘Heads Up! Designing Social Play in Museums Without Getting Lost in the Device’ in de National Gallery of Ireland. De titel impliceert een compromis tussen voor- en tegenstanders van het digitale middel in de museumzaal: spelenderwijs leren zonder aandacht en ontzag voor het gepresenteerde kunst-aanbod te verliezen. Het doet denken aan het beeld dat eind 2014 op sociale media verscheen en massaal werd gedeeld: een groep tieners voor Rembrandts *Nachtwacht* in het Rijksmuseum Amsterdam, allen met gebogen hoofd, verzonken in hun mobiele telefoon. Er ontstond verdeeldheid over het beeld van deze nieuwe generatie museumbezoekers, een generatie die is opgegroeid met smartphones en tablets, en zich een wereld zonder internet moeilijk voor kan stellen.



Tijdens het symposium ‘Mobiële applicaties in het museum’ bogen medewerkers van uiteenlopende musea zich onder meer over de wensen en voorkeuren van deze jonge doelgroep.¹ Hoe zorg je er als museum voor dat (jonge) mensen geraakt worden door kunst en geschiedenis, met welke middelen, op welke manieren? Zo luidde de vraag van Taco Dibbits, directeur Rijksmuseum Amsterdam, aan de deelnemers. In zijn toespraak legde hij de nadruk op de educatieve basistaak van het museum. Nancy Proctor, Deputy Director for Digital Experience and Communication in het Baltimore Museum of Art, hield een vurig pleidooi om het museum als open platform te laten dienen. Een grotere stem van het publiek bij het toevoegen van inhoud aan de kunstcollectie zou een verrijking zijn voor ieder museum. Het digitale middel zou bij uitstek geschikt zijn om een bredere doelgroep over de drempel te halen. Niet de ontwikkeling en inzet van nieuwe technologieën en nieuwe media, maar de boodschap die musea en bezoekers met elkaar delen is volgens Proctor de grootste uitdaging. Een kritische noot bij wat deze vooruitstrevende visie betekent voor de kwaliteit van het educatieaanbod en het belang van ‘kenners’ ontbrak, in een zaal hoofdzakelijk gevuld met optimisten.

Leren van opgedane ervaringen

In tegenstelling tot de uitspraak van Proctor blijkt uit het onderzoeksrapport van Senhorst dat het toepassen van technologie in de praktijk voor musea wel degelijk een probleem is. Keuzes ten aanzien van het betreffende digitale middel worden in de schriftelijke planvorming door musea onvoldoende toegelicht. De positieve effecten die het middel volgens hen heeft op de publiekservaring evenmin. De twee fondsen vragen op hun beurt in hun aanvraagformulier niet expliciet door naar welke digitale middelen

¹ Het symposium vond plaats op 31 mei 2016 in het Rijksmuseum Amsterdam. Het betrof een initiatief van het Rijksmuseum Amsterdam i.s.m. LKCA (Landelijk Kennisinstituut Amateurkunst en Cultuureducatie). Een uitgebreid verslag van deze bijeenkomst en verschillende presentaties is beschikbaar via de website van het LKCA, <http://www.lkca.nl/agenda/bijeenkomsten%20lkca/mobiele%20apps%20rijksmuseum>.

worden ingezet en of de benodigde kennis, middelen en omstandigheden aanwezig zijn om de technologie in het museum te laten functioneren. Ook in de schriftelijke beoordeling komen deze aspecten nauwelijks aan de orde, wat er op wijst dat ook in het latere contact van de adviseur met de aanvrager hier (te) weinig aandacht voor is. Daardoor is bij de besluitvorming van de fondsen over het wel of niet honoreren van de projectaanvraag het inzicht in belangrijke succes- of faalfactoren van het project beperkt.

Het gevolg is veelal een grillig, kostbaar en langdurig ontwikkelproces, waarbij het tastbare projectresultaat in meer of mindere mate verschilt met in de projectaanvraag gestelde doelstellingen. Een treffend voorbeeld is een projectdossier rondom de ontwikkeling van een game in een Nederlands kunstmuseum, een interactief museumspel voor Google Glass gericht op de publieksgroep in de leeftijd van 25 tot 35 jaar. Tijdens de ontwikkelfase bleek de inzet van de Google Glass niet haalbaar. Daarvoor in de plaats kwamen een smartphone én een tablet. De vraag is of de bijkomende digitale ‘bagage’ de bezoekerservaring en hechtheid van het spel ten goede zijn gekomen, en of deze ingrijpende wijziging in een eerder stadium misschien wel voorzien had kunnen worden.

De keuze voor nieuwe technologieën en nieuwe media speelt eveneens een rol bij de ontwikkeling van educatieprogramma’s voor scholieren. Musea proberen in te spelen op de gebruiken en leefwereld van deze doelgroep. Een goede afstemming van inhoud en techniek blijkt in de praktijk wederom complexer dan de wenselijke toon in aanvraagdossiers doet vermoeden. Veelal wringt de innovatieve aard van het digitale middel in de praktijk met het heersende idee van professionele museumbegeleiding. Dit heeft bij een educatieproject van één van de betrokken musea, door terugkoppeling van scholen, bijvoorbeeld geleid tot een wijziging in het lesprogramma. Zo werd de inleiding en uitleg van het programma in het museum door een virtueel personage in de app, vervangen door het verhaal van een fysieke museumdocent. Dit terwijl er tijdens de ontwikkelfase in samenwerking met een interactieontwerper veel tijd en aandacht is besteed aan in het laten slagen van deze functie.

Veelal is het leerproces dat musea doormaken tijdens de ontwikkeling van een digitaal middel bij de onderzochte casussen des te interessanter. Musea zoeken naar meer (creatieve) speelruimte bij het ontwerpen en ontwikkelen van hun technologische diensten. De uitkomst en einddatum van het project zijn in dit opzicht geen vaststaande gegevens. Veelal betreft het een herhalend proces, waarbij het resultaat niet altijd op korte termijn voor publiek beschikbaar is, maar op lange termijn juist wel van grote (organisatorische) waarde kan zijn. Dit schuurt met de projectmatige en doelgerichte werkwijze van de fondsen. Hun ondersteuning is primair gericht op projecten voor en met het publiek en met een strak afgebakende duur.

Advies voor aanvragende musea en de fondsen

Het advies aan musea die projectondersteuning aanvragen voor de ontwikkeling van digitale middelen is om hun bedoelingen hiermee realistischer te formuleren en met feiten te onderbouwen. Het in een vroeg stadium betrekken van een interactieontwerper, scenograaf of gamebouwer bij het projectteam kan hieraan bijdragen. De keuze voor een middel om het publiek mee te begeleiden zou meer logisch moeten aansluiten bij de overkoepelende museumstrategie. De ontwikkeling van een digitaal middel zou in de schriftelijke onderbouwing geen doel op zich moeten zijn, maar worden gepresenteerd als een effectieve manier om de wisselwerking tussen gebruiker(s) en het fysieke kunstaanbod in het museum te versterken. Fondsen dienen vervolgens op hun beurt kritischer te handelen naar de aanwijzingen die uit de documentatie van aanvragers blijkt ten aanzien van de haalbaarheid van het project en de kwaliteit van het eindresultaat.

Tot slot zou duurzame inzet een belangrijk criterium moeten zijn in de planvorming van musea, zowel op organisatorisch als materieel vlak. Dit geldt eveneens voor de projectbeoordeling door de fondsen. Blijkt uit het aanvraagdossier aandacht voor interne bereidheid in de organisatie om met het middel te werken en voldoende kennis en mankracht om het gebruik van het middel door de bezoekers te bevorderen, zowel kwalitatief als kwantitatief? Hoe worden tussen- en eindresultaten vastgelegd? Welke samenwerkingen gaat het museum aan en vanuit welke motivatie? Ook het voortborduren op eerder behaalde successen kan zorgen voor meer houvast bij de beoordeling van toekomstige projectaanvragen.

Fondsen staan voor de opdracht om aanvragende musea in een vroeg stadium uit te dagen om het *hoe*, *wat*, *waar* en *waarom* van het digitale middel zo concreet mogelijk te onderbouwen. De praktijk laat zien dat fondsen en musea elkaar nodig hebben om professionele kunst en cultuur voor een breed publiek toegankelijk te maken. Laat beide partijen de mogelijkheden op dit vlak in de toekomst beter benutten.

Het volledige onderzoek van Jill Senhorst is op te vragen via Maarten Mesman, Senior adviseur Donaties Kunst & Cultuur VSBfonds: mmesman@vsbfonds.nl of Marlous van Gastel, adviseur Kunst & Cultuur Fonds 21: marlous.vangastel@fonds21.nl

VSBfonds, **FONDS 21**
iedereen doet mee