

ONUIT

**JAARVERSLAG
2016**

BEELD EN GELUID

SIDE

EN

OUTSIDE IN: NIEUWE MAKERS, PARTNERS EN BEZOEKERS

Op 23 april 2005 uploadde Karim Jawed een filmpje van zijn bezoek aan de dierentuin. Het was de allereerste YouTube video. En de rest is geschiedenis. YouTube groeide in razend tempo en inmiddels wordt er ruim 400 uur video per minuut via het platform geupload. In oktober 2016 openen we in Beeld en Geluid de eerste YouTube tentoonstelling ter wereld. YouTube markeert een tijd, waarin iedereen de mogelijkheid heeft eigen media-content te maken en te delen. Waarbij impact in de media niet langer afhankelijk is van programmering via traditionele kanalen. Er opent zich een andere mediawereld die het waard is om bekeken, beschouwd en bewaard te worden. We halen deze wereld binnen, van vlogger tot verzamelaar, van platform tot publiek.

LET'S YOUTUBE

De tentoonstelling *Let's YouTube* betekende voor ons een nieuwe manier van werken. We kozen er voor een tentoonstelling te maken over dit relevante mediafenomeen, hoewel we er maar in beperkte mate materiaal van in de collectie hadden. Dat betekende vol inzetten op samenwerking en partnering. En de vraag onderzoeken of onze programmering ook een basis kan zijn voor collectievorming, in plaats van andersom. Het resulteerde in de eerste langlopende tentoonstelling over YouTube. Geen traditionele tentoonstelling, maar een interactieve ruimte gericht op de impact van YouTube op het leven van de bezoeker.

“De tentoonstelling ‘Let’s YouTube’ is een fysieke beleving van onze YouTube-kanalen. Qua timing perfect, nu YouTube een groot onderdeel is van de huidige maatschappij.” –

Melanie van Gelderen - Butter, RTL Nederland, Multi Channel Networks

De tentoonstelling liet zien hoe de media veranderen. Youtube heeft zich ontwikkeld van een bottom-up platform naar een mainstream kanaal, met zijn eigen sterren, formats en commerciële belangen.

Gastcuratoren De Latoys gaven de aftrap voor negen maanden Let'sYouTube in Beeld en Geluid.



Multi-channel networks, omroepen, labels en mediabedrijven spelen een steeds grotere rol, maar het Do It Yourself-karakter is niet verdwenen. De stormachtige opkomst van Youtube laat zien dat audiovisuele media geen puur consumptieartikel meer zijn. De media hebben veel invloed op ons, maar we bepalen ook steeds meer wat er in de media gebeurt. Dat vraagt om andere vaardigheden, waarmee we als maker, kijker en *liker* invloed kunnen hebben op de verspreiding en impact van media-uitingen.

DYNAMISCH PROGRAMMEREN

Let's YouTube was de eerste grote tentoonstelling waaraan we een steeds wisselende programmering van publieksactiviteiten en events koppelden. Iedere maand stond een andere thema centraal, waarbij steeds een andere gastcurator activiteiten programmeerde en zijn eigen selectie van video's toonde. Zo was de populaire youtuber Gamemeneer curator voor het thema Gaming en hoofdredacteur Philippe Remarque van de Volkskrant voor het thema Journalistiek, waarbinnen hij onder andere een talkshow met Arjen Lubach leidde (in februari 2017).

Deze aanpak met veel verschillende partners levert een afwisselende en actuele programmering op van activiteiten en evenementen. Het vraagt ook meer van de organisatie: flexibiliteit, alertheid en een goed gevoel voor de agenda (letterlijk en figuurlijk)

Vloggen voor 50-plussers



Première VLOGGERS?! van Vet Gezellig! <https://youtu.be/LjXmEdcJSmY>



van partners. Soms valt de programmering anders uit dan vooraf was voorzien. Maar het vergroot ook de mogelijkheden om sneller in te spelen op kansen die zich voordoen.



Een voorbeeld van deze flexibiliteit is de website Radio.Garden. In de afrondende fase van het meerjarige Europese onderzoeksproject Transnational Radio Encounters, zagen we kansen om met de projectresultaten een interactieve online presentatie te ontwikkelen. De keuze om daarin te investeren en samen te werken met een gerenommeerde jonge ontwerpstudio (Studio Puckey & Moniker)

“By submerging themselves in the wonderful world of YouTube and YouTube Creators, the team at Beeld en Geluid has created the world's first immersive, interactive and educational exhibit about YouTube. And by partnering with a new YouTube Creator as ambassador every month, the exhibit continues to be fresh and relevant.” – Leona Farquharson, Country Manager Benelux, YouTube Partnerships

FONDSEN EN SPONSOR: PARTNERS VAN BEELD GELUID

Naast de intensieve en enthousiaste samenwerking met YouTube, steunden de tentoonstelling en programmering van Let's YouTube op bijdragen en betrokkenheid van drie belangrijke fondsen en sponsors.



Dankzij de structurele bijdrage van de BankGiro Loterij konden we een aantrekkelijke tentoonstelling inrichten voor een breed publiek. Het partnerschap met de BankGiro Loterij stelt ons ook in staat om de experience jaarlijks te vernieuwen en actueel te houden.

SAMSUNG

Door het partnerschap met Samsung voor de realisatie van de tentoonstelling Let's YouTube konden wij ons publiek laten beleven hoe innovatieve technologie de museale ervaring van media en mediacultuur versterkt.



Het Prins Bernhard Cultuurfonds ondersteunde Beeld en Geluid bij het ontwikkelen van nieuwe vormen van publieksparticipatie, zoals de Let's YouTube Bootcamp.

betaalde zich uit. De livegang van de website in december 2016 was een grote hit. Binnen een week waren er wereldwijd meer dan 6 miljoen unieke bezoekers. Het project kreeg aandacht in o.a. The Atlantic, The Guardian en Wired Germany en werd voorjaar 2017 genomineerd voor twee Webby Awards, in de categorieën best streaming en best streaming audio.

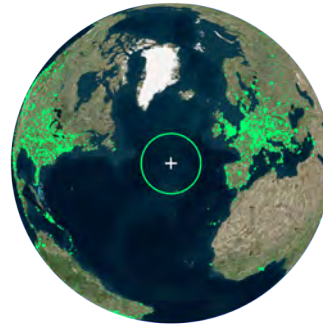
VERBINDEN EN NETWERKEN

De basis van onze partnerschappen ligt in een goed ontwikkeld professioneel netwerk, lokaal, nationaal en internationaal. Een netwerk waarin we als archief, media-instituut en museum zowel veel te halen als veel te brengen hebben. Op lokale en regionale

schaal is de samenwerking binnen het MediaPark, Hilversum Mediastad en het mediacuster in de Gooi- en Vechtstreek e.o. sterk in ontwikkeling, met activiteiten als de Hilversum Media Campus en de Dutch Media Week.

We werken in de regio ook actief samen met maatschappelijke partners. Bijvoorbeeld met de Stichting Alzheimer Gooi en Vechtstreek. Tijdens de Museumweek boden we drie arrangementen aan voor Alzheimerpatiënten en hun mantelzorgers. Beelden en geluiden van radio en televisie uit hun jeugd zijn voor dementerende ouderen herkenbaar en waardevol om opnieuw te beleven. Deze succesvolle arrangementen worden in samenwerking met de Stichting Alzheimer inmiddels maandelijks herhaald.

Radio.Garden: live navigeren over de globe langs streaming radiostations



Radio Kobani van Reber Dosky, winnaar van de Beeld en Geluid IDFA Award for Dutch Documentary



PARTNERPROJECTEN GESTART IN 2016

- 1 AVEROS, automatic media restoration, <https://www.automatic-restoration.com/> partners: Joanneum Research en HS-ART (Oostenrijk), Cube-Tec (Duitsland); financiële ondersteuning: Eurostars! programma (EU).
- 2 De Digitale Stad Herleeft <https://hart.amsterdam/nl/page/33430/over-het-project-re-dds> partners: Amsterdam Museum, NCDD, Universiteit van Amsterdam, Waag Society; financiële ondersteuning: Mondriaan Fonds, NCDD, Prins Bernhard Cultuurfonds, Stimuleringsfonds Creatieve Industrie.
- 3 The Big Art Ride, <http://dropstuff.nl/project/bigartride-dropstuff-nl/> partner: DROPSSTUFF.nl; financiële ondersteuning: Connecting Europe Facility (EU), Ministerie van OCW.
- 4 Mijn Canon, <http://www.beeldengeluid.nl/kennis/projecten/mijn-canon>, partners: Hunebedcentrum, Museum Prinsenhof, Museum Catherijneconvent, Museum Volkenkunde, Nederlands Openluchtmuseum; financiële ondersteuning: Netwerk Digitaal Erfgoed / Ministerie van OCW.
- 5 Music in Movement, <http://www.beeldengeluid.nl/en/knowledge/projects/music-movement> financiële ondersteuning: Mondriaan Fonds.
- 6 Europeana Digital Service Infrastructure - 2, <http://pro.europeana.eu/project/europeana-dsi-2>, partners: Europeana Consortium (20+ Europese partners); financiële ondersteuning: Connecting Europe Facility (EU).
- 7 Mind of the Universe, online omgeving voor deze VPRO-serie <https://www.vpro.nl/programmas/the-mind-of-the-universe.html> partners: VPRO en Wikimedia Nederland; financiële ondersteuning: NPO en Wikimedia Foundation.

KNOOPPUNT

Op nationale schaal zijn we een knooppunt en ontmoetingsplaats. Als leidende partner in de netwerkorganisatie voor audiovisuele collectiehouders AVA_Net ontwikkelen we een landelijk

Mind of the Universe

expertnetwerk, dat in 2016 onder andere de eerste Trendmonitor Audiovisuele Collecties presenteerde. We zijn een van de knooppunten en kernspelers in het nationale Netwerk Digitaal Erfgoed, vanwege onze expertise op het gebied van audiovisueel erfgoed en de goede relaties met audiovisuele collectiehouders en media-archieven op lokaal, regionaal en landelijk niveau.

We ontwikkelen ons daarnaast als verbinder tussen makers van traditionele en nieuwe media. Succesvol is bijvoorbeeld het Cross Media Café dat we samen met iMMovator organiseren. Vloggers, YouTubers en andere online influencers zijn deel van ons netwerk, naast vernieuwers uit de wereld van radio, televisie, film, kunst en technologie. Rond de uitreiking van de Beeld en Geluid IDFA Award for Dutch Documentary organiseerden we een informeel diner met de makers van de films in deze competitie, waarbij we hen informeerden over activiteiten van het archief en de mogelijkheden voor makers om het te gebruiken. In het project Open Media Art kregen vijf jonge kunstenaars en ontwerpers de gelegenheid om nieuw werk te creëren met onze audiovisuele collecties en die van anderen.

Beeld en Geluid is medeoprichter, spin in het web en thuisbasis van de netwerkorganisatie Mediawijzer.net. Samen met de kernpartners Kennisnet, Koninklijke Bibliotheek, ECP en NPO organiseren we al ruim tien jaar een programma met succesvolle activiteiten. In 2016 speelden 150.000 basisschoolleerlingen de MediaMasters Game en waren er in het land 100 activiteiten in de Week van de Mediawijdsheid, met het thema 'Feit, Fake of Filter?'. Tijdens het My Comment Festival in Beeld en Geluid verkenden meer dan duizend leerlingen uit het voortgezet onderwijs en beroepsonderwijs hoe beïnvloeding in zijn werk gaat, in onze wereld vol media.

Internationaal zijn we actief in onder andere het Europese erfgoedplatform Europeana en het wereldwijde FIAT/IFTA netwerk van omroeparchieven. We nemen deel aan internationale vakconferenties, workshops en innovatieprojecten en zijn daarbij steeds vaker ook letterlijk de plek voor kennisuitwisseling en innovatie. Bijvoorbeeld tijdens de door ons georganiseerde

Scholieren tijdens het My Comment Festival 2016

Winterschool for Audiovisual Archiving, waarin deelnemers worden getraind in het planmatig behoud en beheer van hun audiovisuele collecties.

OUTSIDE IN

De opkomst van YouTube is stormachtig geweest, maar vormt in zekere zin ook een voortzetting van langere lijnen uit de mediahistorie. Opnames en mediaproducties van 'gewone' mensen zijn zo oud als de media zelf en zijn vanuit cultuurhistorisch perspectief een waardevolle aanvulling op onze collectie. We verzamelen deze meer alledaagse en verspreide media-uitingen slechts selectief, maar bevorderen wel als kennispartner het behoud en de de toegankelijkheid van die bronnen. Een bijzonder succesvol initiatief is het Amateurfilmplatform, een samenwerking met regionale archieven en musea. In 2016 vond onder andere een online tentoonstelling plaats met materiaal van de Friese Filmclub Kleare Kimen uit de jaren '50 en '60 en werden honderd films van het Limburgs Museum toegevoegd aan de collectie.

Het Geluid van Nederland is een project waarin we opnames uit ons unieke geluidenarchief beschikbaar maken. De collectie bestaat uit alledaagse en typische geluiden vanaf de jaren '50 en wordt aangevuld door geluidenjagers en andere geïnteresseerden, die hun eigen opnames kunnen uploaden. Zo krijgen we inzicht in het veranderende geluidsbeeld van Nederland. In 2016 konden we de collectie van het populaire Qmusic-radiospel Het Geluid toevoegen aan dit archief. Deze vaak moeilijk te herkennen alledaagse geluiden zijn een waardevolle verrijking van de collectie.

Bijzonder is het als we er in slagen om publiek te bereiken dat anders niet zo snel met de cultuur- en mediageschiedenis in aanraking komt. Historische mediacollecties en eigentijdse mediatechnologie zijn bruikbare middelen om een breder publiek te betrekken bij cultuur. We spelen hierin een actieve rol en kijken daarbij ook letterlijk over grenzen. In The Big Art Ride kon het publiek vanaf pleinen in negen Europese hoofdsteden virtueel racen tegen een mede-Europeaan, door een landschap van hoogtepunten

De vaak moeilijk te herkennen alledaagse geluiden van het Qmusic-radiospel Het Geluid zijn een waardevolle verrijking van de collectie.



uit de Europese kunstgeschiedenis. Dynamisch, vernieuwend en verbindend. Van buiten naar binnen, in meer dan één opzicht.

“Bij de Kleare Kimen lagen in een schoenendoos oude films uit de jaren 60. Daar heb ik het Fries Film Archief meteen op geweest.” – Evelien van der Kooij, gastcurator 'Filmclub de Kleare Kimen: Friesland op de gevoelige plaat'



v.l.n.r. Impressie Sneek 1950, Elfstedentocht 1954, dorpsfeest Goutum 1958 en gefusilleerden bij Dokkum 1945.

Minister Jet Bussemaker opent The Big Art Ride op Het Plein in Den Haag tijdens het Nederlandse EU-voorzitterschap.





GEBORTE WILLEM ALEXANDER

Unieke foto's duiken in 2016 in het archief op rondom de nationale feestelijke tv-uitzending na de geboorte van onze koning in 1967