



10 november 2006

KEYING INTO THE BRAIN: **MULTI MEDIA IN MUSEA STUDIEDAG**

**Thema: Gaming en Computerspelletjes in musea en erfgoedinstellingen
Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Hilversum
www.beeldengeluid.nl**

De Multimedia in Musea dag werd mede mogelijk gemaakt door het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum en Hysos Leisure. Mediapartners van de Multimedia in Musea Dag zijn Museumvisie en Museumservice.nl

VERSLAG

Op vrijdag 10 november j.l. vond in het (toen nog niet geopende) Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum, de eerste Museum Studiedag van Keying into the Brain plaats. Thema was de steeds toenemende inzet van computerspelletjes in musea en erfgoedinstellingen. Uitgangspunt van de dag was een uitwisseling van ervaringen op dit gebied tussen collega's uit de museum en erfgoedwereld, met als doel de onderlinge kennis te delen en op een hoger plan te brengen.

De aanvankelijk gekozen titel 'GAMING' is tijdens de voorbereidingen van de dag uitgebreid met het woord *computerspelletjes*, omdat het woord Gaming alleen de lading niet dekt. Tijdens de dag kwamen ook verschillende termen bij, zoals digitale spellen en (digitale) interactives. Online spellen (een spelletje op de site van een museum bijvoorbeeld) zijn op deze dag – nauwelijks - besproken). De terminologie op dit gebied is nog lang niet uitgekristalliseerd: voor de één is een game een virtuele *quest*, met hoofdfiguren, levels en een te bereiken doel binnen een virtuele wereld, terwijl het voor de ander een heel simpel digitaal spelletje kan zijn, de ene keer met competitie element, maar soms ook zonder. Ongetwijfeld zal in deze terminologie meer structuur en duidelijkheid in komen, naar mate er meer uitwisseling en onderzoek plaatsvindt.

Wat wel duidelijk is, is dat de toepassing van games, computerspelletjes en aanverwant, in musea en erfgoedinstellingen eenzelfde achterliggende gedachte heeft: het op een eigentijdse manier presenteren van informatie over een educatief onderwerp, een tentoonstelling of collectie door middel van een interactieve, digitale drager. Deze definitie is uiteraard door iedereen te verbeteren/aan te passen.

De Museumstudie Dag over Gaming en Computerspelletjes had op 10 november het volgende programma:

(de presentaties van Bas Bogaerts van het Brugs Museum en Ernst van Keulen van het Scheepvaartmuseum kwamen helaas kort van te voren te vervallen)

Opening: door rapper Bad Brya

www.badbrya.com

Welkom door Leontine van de Stadt projectleider en initiator van het jaarlijkse Keying into the Brain Mediafestival en de Multimedia in Musea Dag 2006

www.keyingintothebrain.nl tel: 020 – 463 73 46



Opening door Pieter van der Heijden, gastheer van de dag en Sectormanager en bedenker van de media experience van Beeld en Geluid www.beeldengeluid.nl

INHOUD

In het nieuwe Instituut voor Beeld en Geluid wordt nog volop gewerkt aan de laatste loodjes en we moeten er dan ook niet van opkijken als er af en toe iets niet geheel perfect verloopt, zegt Pieter van der Heijden, die de bezoekers van de Musea Studiedag verwelkomt in het nieuwe Instituut. Het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid herbergt ca. 700.000 uur audiovisueel materiaal, afkomstig uit de archieven van o.m. de RVD, de omroepen en universiteiten. De opdracht voor het museum was om dit materiaal multi-mediaal aan te bieden aan bezoekers. Inmiddels is zo'n 10.000 uur gedigitaliseerd en beschikbaar. In 7 jaar moet dat 100.000 uur zijn.

Van der Heijden gaat in op de media experience, het interactieve gedeelte van het Instituut waar bezoekers na de opening op 5 december diverse interactieve spellen kunnen doen. Er komen 170 computers te staan die aangestuurd worden door 6 servers; deze bieden op grond van 100 uur programma's zo'n 70 spelletjes aan.

De bezoeker krijgt straks *geen* entreekaartje maar een ring met een chip. Met behulp van deze ring kan hij/zij een persoonlijke 'presentator' kiezen (dit zijn onder andere: Nance, Hans Goedkoop of Reinout Oerlemans).

De digitale informatie wordt gelinked met internet zodat de bezoeker later nog op internet zijn bezoek kan 'herbeleven'. De media experience staat vol met tv technologie (crane-camera, showlicht, filmpjes) zodat er een optimale, indrukwekkende 'tv ervaring' voor de bezoeker ontstaat.

Van der Heijden sluit af door zijn gasten te verwelkomen op deze een unieke preview, nog voor de officiële opening op 1 December door Koningin Beatrix.

DAGVOORZITTER IDZARD VAN MANEN, inmiddels werkzaam als zelfstandig adviseur, neemt het stokje van Pieter van der Heijden over om de verschillende presentaties aan te kondigen.

www.idzardvanmanen.nl

Presentatie 1: 10 minuten

Presentatie 1: 10 minuten

John Leek

Manager Educatie, Beeld en Geluid

INHOUD

John Leek gaat in deze eerste presentatie van de dag in op de inhoudelijke keuzes die hij als manager educatie heeft gemaakt bij het produceren van de interactieve multi-media onderdelen in het Instituut. Jongeren zijn tegenwoordig heel vertrouwd met virtuele werelden en gewend aan de beeldcultuur. Wat hebben games met inhoud te maken? Wat is het verhaal? Er is een spanningsveld tussen 'De media bepalen mijn wereldbeeld' en 'ik bepaal zelf mijn wereldbeeld m.b.v. de media.' Voor verschillende doelgroepen heeft het Instituut afwijkende educatieve producten gemaakt. D.m.v. een ring met RFID chip worden bezoekers aangemeld bij de computer en thuis kan men, met een wachtwoord, de

resultaten (filmpjes) nog eens terugkijken op internet. Voor het onderwijs zijn mediakits beschikbaar, zodat lessen vooraf voorbereid kunnen worden. Het Instituut herbergt 15 paviljoens met `actives`, `interactives` en `passives`.

Presentatie 2: Spelletjesmaker/adviseur Gerard Mulder van Th!nk Games
10 minuten

Gerard Mulder vertelt in algemene bewoordingen over de elementen van een spel. Een `goed` spel maakt nieuwsgierig, is onvoorspelbaar en kent een winnaar. Een slecht spel is ongezellig, leidt tot ruzie en heeft lange wachttijden. Er zijn drie elementen in een spel die hij nader toelicht. Ten eerste: competitie. Een wedstrijd motiveert; iets beter kunnen dan een ander is leuk (voorbeeld: Mortal Combat, een vechtspel). Nadeel is dat de beste altijd wint, dat is niet zo leuk en confronterend (leidt tot ruzies). Een samenwerkings-element is daarom aan te bevelen. Het tweede element is: Puzzelen. Dit element is altijd gebaseerd op een raadsel. Lingo en Halfife en alle solo computer spellen zijn hier een voorbeeld van. Je kunt het gezamenlijk doen; het is leuk om elkaar te helpen. Het 3e element dat hij uitlicht is gokken. Dit element zorgt ervoor dat je je kansen niet kunt verbeteren en verzacht hierdoor de uitkomst (o.m. Solitaire en Monopoly). `Goede` games hebben daarom elementen van geluk, strategie, competitie en puzzelen in zich. Voor musea zijn er de volgende aanbevelingen: Maak de inloophoogte laag, zorg dat de speelduur niet te complex is en denk aan het verhaal dat je vertellen wilt.

Mulder.gerard@gmail.com, tel: 06 - 24871800

Presentatie 3: Pieter Aartsen, ontwerper tentoonstelling Museum Naturalis in Leiden

Naturalis is nu zo'n 10 jaar open en heeft 4.500 m2 tentoonstellingsruimte. In 8 a 9 zalen staan ca 150 interactives opgesteld, waaronder een aantal games. In de tentoonstelling Extreem zijn 30 van de 40 exhibits interactief, zo'n 75% dus. Voor alle wetenschapsmusea geldt dat interactives steeds belangrijker worden. Hij definieert een interactive als een opstelling dat door de lichamelijke participatie van de bezoeker van vorm of inhoud veranderd en/of een sensorische, cognitieve of emotionele ervaring bij de de bezoeker teweegbrengt. Het wordt een game als je daar competitie aan toevoegt. Een interactive heeft een duidelijk effect op de `holding-time` van de bezoekers; men blijft veel langer staan/kijken. Uit onderzoek bleek dat de `holding time` spectaculair stijgt bij interactives en leidt tot een hoger leereffect.

Er is een aanwijsbaar verband tussen leereffect en `holding-time`.

Naturalis heeft een duidelijke voorkeur ontwikkeld voor multi-user interactives. Het is leuker om spelletjes met meerdere mensen te doen. Single user interactives, meestal met beeldschermen, zijn te introvert. In de ontwikkeling van interactives wordt begonnen met de formulering van de educatieve boodschap.

Presentatie 4: Margreet van den Berg
Beheerder online community Games2Learn

Op Games2learn staat een kennisuitwisseling op het gebied van games, software en achtergrondinfo centraal. Het is `wiki-based` hetgeen wil zeggen dat iedereen er toe kan bijdragen. Van den Berg ziet duidelijke overeenkomsten tussen regels op school en in games. Een schoolreglement is te vergelijken met de spelregels in een game. Een diploma met het doel van een game. Waarom zou je een spel aanbieden? Het blijkt motivatiebevorderend te werken en is interactief. Je moet je wel afvragen op welk moment je een game wilt inzetten; voorafgaand, ter

vervanging of ter afsluiting van een leerproces. Ze geeft het voorbeeld van het spel Camelrace. Studenten medicijnen bleken door dit spel eerder en vaker toetsen te doen, het spel leverde hier dus een duidelijke verbetering van de bestaande situatie.

<http://www.games2learn.nl/wiki/Hoofdpagina>

Presentatie 5: Idzard van Manen, Nu: Zelfstandig Adviseur

Voorheen: Zuiderzeemuseum Enkhuizen

Idzard van Manen licht het 'Help de conservator' project toe, dat pas van start is gegaan in het Zuiderzee Museum in Enkhuizen. Centraal stond de vraag hoe je aan bezoekers (algemeen publiek) duidelijk kunt maken hoe een tentoonstelling ontstaat, met welk wetenschappelijke werk dat gepaard gaat en wat er gebeurt eigenlijk achter de schermen gebeurt. Het publiek maakt d.m.v. een interactieve film kennis met het huis van de familie Vis – dit huis is later ook te bezichtigen in het echt. Men kijkt over de schouders van de conservator mee op drie beeldschermen en maakt keuzes bij zes consoles; aldus ontstaat een kijkje in de keuken en wordt men actief betrokken bij het denkproces waar een conservator in de praktijk voor staat. Het spel wordt gespeeld in een groep en er zit een duidelijk competitie element in. De totale speellengte is 20 minuten. Volgens Van Manen is het project succesvol omdat er sprake is van een helder concept, nl. laten zien wat een conservator doet. De rol van de conservator is uitvergroet en zo is er humor ingebracht. Serieuze informatie wordt op een documentaire manier gegeven. Essentieel is de boodschap uniek te laten blijven in het museum, anders verliest het museum zijn meerwaarde.

Presentatie 5: Yvonne Molenaar, Muiderslot

Yvonne Molenaar vertelt hoe het Muiderslot een totale herinrichting achter de rug heeft. Vroeger waren er 7 kamers ingericht, was er een rondleiding met een gids en werd er vooral veel info gegeven over de middeleeuwen. Er was weinig interactie en geen er waren geen multimedia projecten. Het Slot ging 3 maanden dicht. Dat bleek een korte productietijd die noodgedwongen geen ruimte liet voor een testfase. Doel van de introductie van nieuwe media was het slot 'beleefbaar' te maken met een educatieve boodschap erbij, zonder het te laten verworden tot een 'spelletjeskasteel'. Dat is gelukt, maar er zijn wel evaluatie/discussie punten. Positief is dat zowel jong als oud erg betrokken blijken te raken bij alle interactives. Nadeel is dat er veel last is van vandalisme. Molenaar werpt de vraag op of interactives niet de neiging hebben 'alle stoppen te laten doorslaan', m.a.w. 'wordt het niet te leuk?'

Discussieforum onder leiding van Dirk van Delft, directeur Museum Boerhaave in Leiden, met alle voorgaande sprekers

In de discussie werden een heleboel punten besproken. Een greep hieruit: Vroeger keek je naar objecten, tegenwoordig zijn er interactives, al dan niet uit concurrentie overwegingen geïntroduceerd. Gaat dat niet ten koste van het kijken? Gerard Mulder: 'Zolang ze er staan als ondersteuning is het geen probleem.'

Alle sprekers zijn het er over eens dat je interactives en games moet gebruiken als ondersteuning van het kernverhaal. Focus je op je doelstelling en vraag je altijd af wat je met een game wilt bereiken.

Yvonne Molenaar merkt op dat er vanuit de musea een weerstand bestaat tegen de games. Producenten zijn te gefocussed op techniek. Musea zien games meer als een gimmick, je hoort erbij als ze hebt.

Drukken games niet de mooie dingen in een museum weg, vraagt Dirk van Delft zich af? Margreet van den Berg denkt van niet: 'Laat ze functioneel zijn, een ballenbak is een aanvulling, meer niet.' *Gamen* is op zich niet leuk, denkt ze, je doet het omdat je iets wilt leren. Het is net als leren lopen, dat gaat met vallen en opstaan. Gerard Mulder is het daar niet mee eens. Spelen is juist wel leuk, al zijn er natuurlijk frustrerende elementen. Een kritisch geluid vanuit het publiek van Marijke Naber van het Teylers Museum, Haarlem: 'Leren vraagt tijd. Ik wil juist dat bezoekers kennis opdoen.'

Idzard van Manen denkt niet dat er sprake is van een tegenstelling. Bezoekers van 'Help de Conservator' stellen complexere vragen, blijken meer geïntrigeerd en leren meer.

Hoe zit het met de financiering? Normaal blijft een tentoonstelling 15 jaar 'goed'. Yvonne Molenaar zegt dat de financiering nu al moeizaam verliep. Margreet van den Berg: 'Games zijn op zich niet duur. De kosten zitten in het bedenken en de tijd die je daar voor nodig hebt.' – Molenaar: 'En in de exhibits zelf, zeker als ze snel kapot gaan!'

Kosten rechtvaardigen de meerwaarde denkt Idzard van Manen, maar je moet wel een lange termijn visie hebben. Dus: kies voor rustig en klassiek, niet al te veel hype, dat veroudert veel te snel. TWV Media: 'Klopt, niet aanhaken bij hippe trends. Eerst het verhaal bepalen, technische oplossingen pas als laatste element erbij betrekken.' John Leek: Internet is goedkoop en gemakkelijk te verversen. Iedereen is het erover eens dat games voor jong en oud en zowel voor jongens als meisjes aantrekkelijk zijn. Games die je samen doet zijn leuker en mensen blijven dan ook langer 'hangen'. TWV Media waarschuwt ervoor al te hoge verwachtingen te creëren: Je legt het af tegen Hollywood en professionele game makers. Blijf bij wat je uniek maakt; de inhoud, de collectie, de ruimte. Kies voor een concept dat antwoord geeft op één vraag, anders werkt het niet.

Presentatie Jeroen van Mastrigt, Lector Art & Technology, Hogeschool voor de Kunsten Utrecht

Na de lunch ging Jeroen van Mastrigt van de Utrechtse Hogeschool voor de Kunsten en ontwikkelaar van de eerste Nederlandse Game Design opleiding in op de 'echte' game, zoals die op spelcomputers en Internet gespeeld wordt. Hij ontkrachtte enkele mythen over games. Zo zijn games niet belangrijker dan de 'Hollywood' industrie, zoals tegenwoordig vaak verondersteld wordt: verre van dat, gamen is nog steeds een relatief klein onderdeel van het mediagebruik van mensen. De gemiddelde leeftijd van de gamer is inmiddels 33 en niet alle games zijn gewelddadig of seksistisch. Een fenomeen dat sterk in opmars is is het online samenspelen in bijvoorbeeld World of Warcraft of Second Life. Er zijn wereldwijd miljoenen spelers, meestal ouder dan 18, die 20 tot 30 uur per week aan dit soort spelen besteden. Status is erg belangrijk binnen dit soort communities en er gaat ook echt geld in om binnen de virtuele werelden. Online werelden worden langzaam een economische factor van belang. Games zijn inherent verschillend van films omdat ze niet om verhalen maar om regels, modellen en procedures draaien. Emoties zijn moeilijk in regels te vangen. Online games waar je samen met anderen speelt zijn hier weer een uitzondering op. Voor musea geeft hij als advies mee: probeer niet iets te 'vertellen' met behulp van games, maar denk na over zinvolle regels die zinvol sociaal gedrag oproepen.

Presentatie van Femke Burger, Rijks Universiteit Utrecht

Femke Burger studeerde recent af aan de Rijks Universiteit Utrecht met de doctoraalscriptie 'No More Sugarcoating!'. Te vaak zijn games alleen maar een oppervlakkige aankleding van een educatieve onderlaag. Terwijl je het spel juist zou moeten integreren, als verdieping voor het leerproces. Femke's boodschap: Zorg dat spel en educatie werkelijk interactief worden zodat de inbreng van de speler ook de uitkomst van het spel bepaalt, pas dan is er sprake van een echt leerproces.

femkeburger@gmail.com

<http://www.femkeburger.nl/>

Presentatie Marie Christine van der Sman van Museumservice.nl

meer informatie zie: www.museumservice.nl

Informatiemarkt met in musea/erfgoed instellingen gespecialiseerde multimediatebedrijven (in alfabetische volgorde):

<p>Ars Longa Planciusstraat 13 A 1013 MD AMSTERDAM 020-4221840 Arthur Willems www.arslonga.nl</p>	<p>Tungsten Studio Jacob Bontiusplaats 9 1018 LL AMSTERDAM 0655.786.024 Contactpersoon: Joyce Drosterij/Martin Grootenboer www.tungsten.nl</p>
<p>JBF Multi Media Communicatie Westersingel 27 9718 CB GRONINGEN 050-3135920 Contactpersoon: Karin Jansen/Siep Faber www.jbfproducties.nl</p>	<p>Ijsfontein Interactive Media Pazzanistraat 33 1014 DB AMSTERDAM 020-4200743 Contactpersoon: Demian Sepp/Janwillem Huisman www.ijsfontein.nl</p>
<p>Kiss the Frog Westvest 149 2611 AZ DELFT 015-2145455 Contactpersoon: Alexander Zwennes www.kissthefrog.nl</p>	<p>TWV Media Lutmastraat 191 e 1074 TV AMSTERDAM 020-6738760 Contactpersoon: Roos Stallinga/Barend Verheijen www.twvmedia.nl</p>
<p>Submarine Rapenburgerstr. 109 101 LV AMSTERDAM 020-3301226 Contactpersoon: Yaniv Wolf www.submarine.nl</p>	



De Multimedia in Musea Dag is een initiatief van Keying into the Brain.
Telefoon: 020 - 463 73 46, Adres: Linnaeusparkweg 158 w, 1098 EN Amsterdam,
www.keyingintothebrain.nl, info@keyingintothebrain.nl

Research: Anne Vroegop
Redactie: Frank Steverink
Productie: Edith Andriesse
Webredactie en productie: Tessa Haan
Projectleiding: Leontine van de Stadt

mmv Chris Reinewald, Museumvisie en Marie Christine van der Sman,
Museumservice.nl

Amsterdam, 17 januari 2007