**heritage: what's in it for me?**

*Toekomst van gaming en interactieve documantaires voor erfgoedinstellingen*

**Je laten raken**

“Neem je de gewonde mee, of laat je hem achter?”

De ene vraag is nog confronterender dan de andere in de interactieve documantaire[[1]](#footnote-1) in het Legermuseum in Delft (NL). Het vertelt een waargebeurd verhaal, waarin jij beslissingen moet maken vanuit de positie van een soldaat. Afhankelijk van je keuze ontvoud zich een ander verhaal. Wanneer bent u eigenlijk echt voor het laatst geraakt?

Ik kreeg opnieuw, na 6 jaar (want zo oud is de levensgrote installatie al), een brok in mijn keel na *doen* van deze game/interactieve installatie. Erfgoedinstellingen hebben de taak om dat teweeg te brengen, waarbij game principes handige tools zijn om mensen te laten raken.

Het is een voorbeeld waar emoties opwekken, nieuwe technologieën en minimale interactie samengaan in een omgeving waar een historisch verhaal verteld wordt. De kruks zit ‘m in de kwaliteit van het verhaal en de goed doordachte noodzakelijke, vaak eenvoudige interactie die de gebruiker moet doen om verder te komen.

**Interactieve documantaires**

De kwaliteit en de noodzakelijkheid van de interactie ondersteunt het verhaal en andersom. Dat is een belangrijk ingredient van een goede interactieve documantaire, waar ik tot op heden 2 vormen van heb onderscheiden: een datavisualisatie met video/interactieve maps waar door onderzoeksdata gebrowst kan worden of je krijgt een aantal scenario keuzes voorgespiegeld zoals in het Legermuseum.

**What's in it for me spel principes**

Het voorbeeld uit Delft kun je scharen onder een bekende spel eigenschap: het escapisme. Er zijn ook voorbeelden te bedenken van andere spel eigeschappen voor erfgoed. Bijvoorbeeld door je geheugen te trainen over je eigen verleden en omgeving. Binnenkort lanceer ik samen met bureau Studio Sophisti[[2]](#footnote-2) een app voor je mobiele apparaat waarbij je je eigen familiequiz met meerdere spelers kunt spelen op het innovatief speelbord Verzis[[3]](#footnote-3). Het levert je een beter geheugen op, je familiebanden worden versterkt en je krijgt wellicht nieuwe informatie over je eigen verleden. Ook binnen crowdsourcing digitaliseringsprojecten zijn goeie voorbeelden te vinden van spel principes die gecombineerd zijn concrete what's in it for me 's. Zo kunnen erfgoedinstellingen een grote rol gaan spelen in het ontwikkelen van apps die je leven verrijken. Zoek waar behoefte naar is bij je doelgroep en ontwikkel iets in relatie tot je collectie wat hun leven vergemakkelijkt.

**Erfgoed service design thinking[[4]](#footnote-4)**Iets heeft waarde als mensen het concreet helpt in wat hen bezig houdt. Waarnemen in de samenleving is essentieel voor een organisatie die waardevol wil zijn: welke vragen komt er uit de samenleving, waar is behoefte aan? In de profit sector zie je dit fenomeen al langer: Nike schoenen met de bijbehorende app die je hardloop activiteiten bijhoudt. Ze maken hun product nog relevanter. Ook het Rijksmuseum in Amsterdam bood in 2008 al hun Rijkswidget aan waarmee je hun collcetie op je computer kunt zetten in diverse gedaantes. In dat zelfde jaar ontwikkelde ik een levengrote -op Amsterdamse grachtenpanden geprojecteerde- gokmachine[[5]](#footnote-5) met daarin de collectie van het Zuiderzeemuseum dat in Enkhuizen (NL) gevestigd is. Gebruikers konden door goed te kijken naar de collectie vrijkaartjes winnen, en bij negen op een rij kreeg men een overnachting in het museumpark. Onlangs heeft een bibliotheek in Boekarest zichzelf in de metro gevestigd met geprinte wanden waarop boeken te zien zijn voorzien van QR-codes. Loop er langs, scan je e-book en lees het!

Het zijn organisaties geworden met nieuwe functies in de maatschappij doordat ze ineens gereedschappen zijn gaan aanbieden bovenop hun bestaande producten of diensten. Zo moeten erfgoedinstellingen minder bezoekersonderzoeken afnemen maar toegroeien naar veelvuldig gebruikersonderzoeken afnemen. Taken die in-house digitale media experts en peer groups op zich kunnen nemen, waarbij oude marketing principes overbodig worden.

Kortom, we zullen toe groeien naar organisaties die iets wezelijks te bieden hebben aan de maatschappij, deze laat raken en inhoudelijk laat vermaken.

*Anne Vroegop is interaction designer en conceptontwikkelaar bij haar eigen bedrijf* [*www.not-for-profit.nl*](http://www.not-for-profit.nl) *en is daarnaast verbonden aan het EYE filminstitute als projectcoördinator digitale presentatie.*

**Aanbevolen literatuur:**

* *Game frame.* Aaron Dignan
* *Users not customers.* Aaron Shapiro
* *Advertisement is dead*. Will Collin
* *Labyrinths, the art of interactive writing and design*. Domenic Stansberry
* *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Rachel Botsman
* *What would google do.* Jeff Jarvis

1. http://legermuseum.nl/legermuseum.nl/legermuseum.nl/i000756.html [↑](#footnote-ref-1)
2. http://www.studiosophisti.nl [↑](#footnote-ref-2)
3. http://www.verzis.com [↑](#footnote-ref-3)
4. http://thisisservicedesignthinking.com [↑](#footnote-ref-4)
5. http://www.not-for-profit.nl/#!game-apps-not-for-profit/ctzx [↑](#footnote-ref-5)