

Museumvisie

Auteur: Anne Vroegop

Drie historici richtten in 1996 TWV Media op. Inmiddels werkt ook een psychologe bij dit audiovisueel ontwerp bureau. Specialiteit is het bedenken en realiseren educatieve projecten, ruimtelijke media en audiovisuele toepassingen voor musea, vaak combinaties van film en multimedia. Kenmerken: speels, indringend en leerzaam zijn, zoals dat ook het geval is bij hun recente projecten: 'Help de conservator' voor het Zuiderzeemuseum, Enkhuizen en het zwaardere, 'Onder vuur, Militaire dilemma's' voor het Legermuseum Delft '

'Geen enkel museum is saai. Het museum is een unieke locatie met unieke objecten.' zegt Frodo Terpstra van TWV. 'Vaak geven we musea meer zelfvertrouwen met onze toepassingen' Bij het ontwikkelen werkt TWV intensief samen met het museum.

Zij analyseren de vraag vanuit het museum en komen met een concept. Doordat er grote interesse bestaat voor cultureel erfgoed en dat historische kennis aanwezig is, maken zij de materie snel eigen. Vervolgens komt er een continue dialoog op gang, waarbij vaak de conservator het voortouw neemt. Hij blijft nauw betrokken bij de uitvoering, eventuele aanpassingen en evaluatie van de toepassing. Afsproken wordt welke taken er voor het museum en welke er voor TWV Media zijn.

Uitgangspunt is om museumbezoekers niet alleen een onder te dompelen in entertainment, maar eerder in educatie. Hiervoor is een documentaire gecombineerd met spelvormen een geschikte formule. Door spelvormen in te zetten in een museale omgeving blijven bezoekers oplettend en luisteren zij extra goed. Het spel moet een verhaal vertellen en niet andersom.

Mede-oprichter Barend Verheijen: 'Wij maken een verhaal van de collectie en bedenken hiervoor nieuwe manieren van vertellen. Afhankelijk van de inhoud komen we met een innovatieve presentievorm.

Hoe maakt TWV media een interactieve documentaire van de collectie?

Oorlogsbeelden zijn uitkomsten van keuzes die gemaakt zijn. Het proces om tot die keuzes te komen wilde het Legermuseum inzichtelijk maken. TWV Media kreeg medewerking van een oud veteraan uit Bosnië. Zo konden zij emoties en waargebeurde verhalen in kaart brengen die achter de collectie schuil gaan. Vervolgens mengden zij dit met fictieve verhalen.

**Kosten:**

Het Zuiderzeemuseum wilde laten zien hoe de oorspronkelijke bewoners rond 1900 woonden in

Zaandijk. Dankzij de enthousiaste anekdotes van de conservator over het leven van families van toen, besloot het ontwerpbureau een script te schrijven voor een fictieve conservator en een tot leven gewekte familie.

**Kosten: E 290.000**

Na het ontwikkelen van de presenteervorm volgt de aanschaf van de hardware, waarover het museum beslist na advies van TWV.

Een maand voor de werkelijke opening plaats, voert het ontwerpbureau “een zachte lancering” uit: in deze lange belangrijke fase test men de gebruiksvriendelijkheid en hoe het verhaal loopt. Verheijen: ‘De toepassing moet niet concurreren met de collectie. Daarom is het van belang dat musea hun vraag vooraf duidelijk formuleren. Helderheid over de boodschap en de doelgroep in één regel formuleren.

Help de Conservator!

In het openluchtdeel van het Zuiderzeemuseum Enkhuizen staan huizen die ingericht zijn alsof ze nog bewoond worden. Maar hoe weten de conservatoren hoe de interieurs eruit zagen? En welk wetenschappelijke onderzoek gaat eraan vooraf? Daarover gaat de “interactieve documentaire” met spelelementen die TWV Media voor het Zuiderzeemuseum ontwikkelde.

Bij een huisje staat de voordeur open. Je stapt binnen. Vanuit een donkere kamer komt geluid. Eenmaal verder gelopen sta je voor zeven bedieningsconsoles met A/B keuzeknoppen en drie projectieschermen van 2,5 meter breed. Een instructiebord vertelt wat je ziet en wat de resterende speeltijd is, wel zo prettig. De totale lengte van 20 minuten is voor de gemiddelde gebruiker misschien wel een wat lange zit. De bezoeker wordt uitgedaagd dit honderd jaar oude pand uit Zaandijk in te richten. Op de schermen vertelt een excentrieke conservator, een rol van Raymond Cuypers, over haar werk. Ze legt de bezoekers allerlei keuzes voor, zoals “In welk kamer stond toendertijd deze bank?” In een dynamische beeldcompositie komen historische bronnen voorbij zoals foto’s, brieven en boeken. Andere acteurs figureren als de originele inwoners van het huis figureren. De verhouding tussen educatie en ‘fun’ is ongeveer 70%-30%.

De toepassing is voor alle leeftijden, hoewel de aanspreekvorm meer op kinderen gericht lijkt en volwassenen snel ‘meekijkers’ worden. Ook gaat het competitie-element verloren zodra men solo speelt, waardoor de betrokkenheid kan

verminderen.

'Onder vuur, Militaire dilemma's'

Het Legermuseum Delft wilt zijn publiek laten ervaren hoe moeilijk het kan zijn voor soldaten, officieren en politici om beslissingen te nemen tijdens vredesmissies.

TWV Media ontwikkelde hiervoor de indringende, interactieve film 'Onder vuur, Militaire dilemma's'. Ofschoon het verhaal fictief is, werd het gebaseerd op de dagelijkse wrange werkelijkheid van de Nederlandse vredesmissie in Bosnië.

Bij de ingang van het museum staat een grote zwarte doos met daarin 3 beeldschermen en A/B-keuze consoles. De bezoekers bepalen zelf het verloop van de film. Bij elk dilemma dat de soldaten/acteurs tegenkomen moet de bezoeker kiezen. Wat zou ú doen? De zwaargewonde Bosniër verzorgen of de manschappen in veiligheid brengen? De daarop volgende scène van de film laat de gevolgen van uw keuze zien. De beelden zijn soms schokkend en aangrijpend. Vooraf wordt hiervoor gewaarschuwd, ook moeten de gebruikers 16 jaar of ouder zijn. Doordat men zelf de verhaallijn bepaalt is de speelduur variabel (gem. 15 min). De keuze van de verhaallijn in groepsverband is op basis van de meeste stemmen gelden. Een individuele speler bepaalt zelf hoe het verhaal verloopt waardoor de betrokkenheid groter kan zijn.

De toepassing benadert de problematiek op een persoonlijke manier. Veel meer dan alleen een spel krijgen emoties en morele oordeelsvorming van de verschillende betrokken partijen krijgen ruim aandacht. Zo maakt de film op confronterende wijze het dagelijkse leven van de militair op vredesmissie invoelbaar en inzichtelijk.

Het project is opgenomen in de vaste collectie.

[kader]

<http://www.zuiderzeemuseum.nl/helpdeconservator/>

Opdrachtgever: Zuiderzeemuseum te Enkhuizen

Concept, scenario en productie: TWV Media

Techniek: VHS BV, Amsterdam

Oplevering: juli 2006

Kosten: e 290.000

Aanvullende financiële steun: Provincie Noord-Holland, Mondriaan Stichting,  
Prins Bernhard Cultuurfonds en het VSB Fonds.

<http://www.legermuseum.nl/legermuseum.nl/legermuseum.nl/i000647.html>

<http://www.volkskrant.nl/static/video/ombouw.html?clipID=4619&categoryID=300>

Opdrachtgever: Legermuseum Delft

Concept en productie: TWV Media

Technisch: VHS BV, Amsterdam

Oplevering: december 2006

Kosten: uit budget:

TWV Media

T 020 6702044

[www.twvmedia.nl](http://www.twvmedia.nl)