



# JAARVERSLAG 2021

BEELD EN GELUID





# DOELGROEPEN EN THEMA'S



HET NIEUWE MUSEUM: INFORMEREN





# Op de hoogte blijven



1. Welk: 100 x 100 woorden, connectieve wijziging...  
2. Welk: 100 x 100 woorden, connectieve wijziging...  
3. Welk: 100 x 100 woorden, connectieve wijziging...



# ZONDER PARTNERS KUN JE NIET GROEIEN: DE VERNIEUWING VAN ONS INSTITUUT



*Eppo van Nispen tot Sevenaer: "Beeld en Geluid groeit door samen te werken met tal van partners. Samen met hen bouwen wij aan een mediawijzere wereld."*

*AkzoNobel kleurt nieuwe Mediamuseum  
Beeld en Geluid*

Samenwerking hoort bij Beeld en Geluid. Een audiovisueel archief vindt zijn relevantie in toegang en gebruik ervan en in samenwerkingen die we aangaan met partijen in het brede domein van media en mediawijzheid: omroepen, mediahuizen, onderzoeksinstituten en maatschappelijke partijen zoals scholen, bibliotheken, partnermusea, uitgeverijen en bedrijven die zich herkennen in de kernwaarden en de maatschappelijke bijdrage van Beeld en Geluid.

Beeld en Geluid werkt aan een brede vernieuwing op tal van fronten. Om bij te dragen aan een mediawijzere samenleving vergroten we de herkenbaarheid en relevantie van onze activiteiten bij huidige, nieuwe en toekomstige doelgroepen. Het snel veranderende medialandschap vraagt om deze aanpassing en vernieuwing. Onze meest in het oog springende vernieuwing is de, inmiddels al twee jaar durende, verbouwing en herinrichting van onze oude Experience tot een spectaculair vernieuwd Mediamuseum (verwachte opening in oktober 2022). Vanuit de nieuwe inhoud van dat museum ontwikkelen we nieuwe (educatieve) proposities voor verschillende doelgroepen.

Ook werken we aan nieuwe manieren van (online) toegang tot het archief en ontwikkelen we met makers en onderzoekers nieuwe vormen van (her)gebruik van het archief.

De vernieuwing van het museum is een ambitieus plan dat we alleen kunnen realiseren door samenwerking met vele en diverse partners. Wij zijn daarom een groot aantal partijen zeer erkentelijk voor hun samenwerking: XPEX voor concept en art direction, Tinker Imagineers, Beam Systems, Bruns BV, Redrum, Kiss the Frog, ACT-LD en Elastique.

In 2021 heeft het VSBfonds een donatie van € 200.000 toegezegd voor de realisatie van het project 'Een nieuw Mediamuseum voor iedereen'. Met deze bijdrage steunt het fonds de ambitie om het nieuwe museum inclusief te maken, letterlijk voor iedereen. Het project is een bundeling van activiteiten die zorgen voor een herkenbaarder, relevanter en toegankelijker museum voor een (ver)breed publiek.

Daarnaast hebben in 2021 partijen zich als meerjarige sponsorpartner verbonden aan Beeld en Geluid:





Martijn Smelt van TP Vision en Eppo van Nispen tot Sevenaer vieren de samenwerking.



Philips TV

**TP Vision**, het bedrijf achter de bekende consumentenmerken Philips TV en Philips Sound, bouwt mee aan het nieuwe mediamuseum door het uit te rusten met hypermoderne led-schermen. Beeld en Geluid en TP Vision zijn voornemens om dit partnerschap de komende jaren verder uit te bouwen.

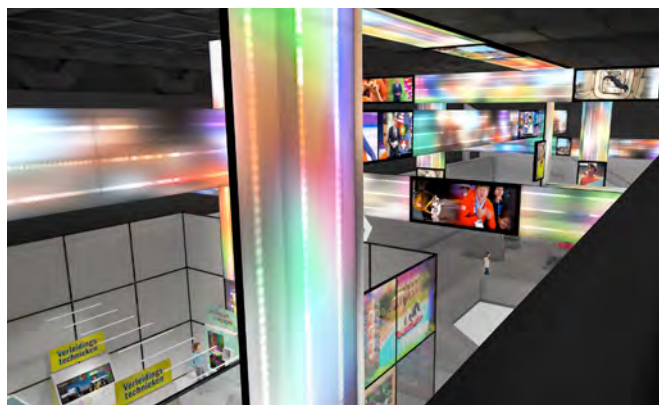
*“Philips is sinds de komst van televisie tot de dag van vandaag integraal onderdeel van het verleden, heden en toekomst van de mediabeleving in Nederland. In 1951 hadden 500 huishoudens een (Philips) tv in huis. Vandaag de dag zijn dat er 13,3 miljoen, gemiddeld twee televisies per huishouden. Het is geweldig dat wij samen met Beeld en Geluid ons verhaal uit het verleden en de innovaties van de toekomst kunnen vertellen bij de ontwikkelingen in het medialandschap in Nederland.”*

Martijn Smelt, Chief Marketing Officer TP Vision (producent van Philips TV & Sound)

**AkzoNobel** bouwt mee aan het nieuwe museum van Beeld en Geluid en tilt het museum met haar innovatieve producten naar een hoger plan:

*“De buitengevel van glas is al een landmark in Hilversum en nu gaan we de binnenzijde afwerken met duurzame Sikkens verfsystemen in mooie kleuren. Dit gebouw mag gezien worden, zowel van binnen als van buiten.”*

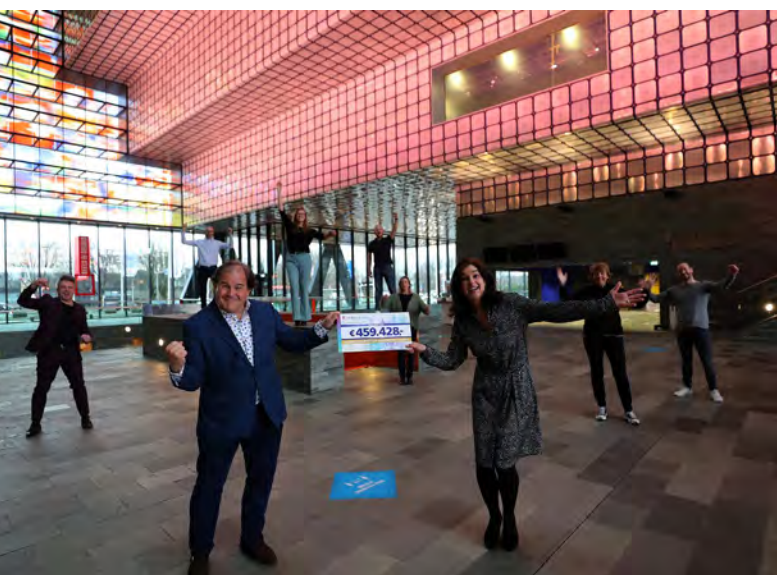
Fred van den Heuvel, Manager National Accounts Sikkens Bouwverven bij AkzoNobel.







Netflix partner Mediamuseum Foto: The Queen's Gambit



Beeld en Geluid ontvangt € 459.428 dankzij deelnemers Bankgiro Loterij

**Forbo Flooring** zorgt als sponsorpartner voor 2500 vierkante meter duurzaam, CO<sub>2</sub>-neutraal geproduceerd Marmoleum

*‘Wij zijn trots en vereerd dat een duurzame voorloper als Forbo Flooring wil meehelpen ons nieuwe museum naar een nog hoger plan te tillen. Wij bouwen aan een state-of-the-art Mediamuseum en daarin passen vloeren die niet alleen fraai en functioneel zijn, maar ook bijdragen aan een zo klein mogelijke ecologische voetafdruk.’*

Eppo van Nispen tot Sevenaer, directeur Beeld en Geluid over de samenwerking met Forbo Flooring

## MUSEUM MET BIJZONDERE INHOUD

In het vernieuwde museum is aansprekende en relevante media-inhoud verwerkt van een breed aantal partijen. Bijvoorbeeld van mediabedrijven als de Telegraaf, NRC, publieke en commerciële omroepen en productiebedrijven zoals Talpa, ITV, EndemolShine en RTL. Ook videoplatformen zoals bijvoorbeeld Netflix leveren een unieke bijdrage. Daarnaast zijn er contacten gelegd met Fremantle, Endemol Banijay, Vincent TV producties en doneerden ook andere organisaties content voor gebruik in het museum. Denk aan reclamebureaus, filmmaatschappijen, gamestudios, sportbonden, partijen uit het bedrijfsleven en particulieren. Naast fragmenten zijn er ook afspraken gemaakt voor items in bruikleen, zoals een helm uit Legends of Gaming en The Voice of Holland stoel.

**Netflix** stelt fragmenten beschikbaar uit haar Netflix Originals-producties:

*“We zijn vereerd om als eerste streamingsdienst dit partnerschap met het Mediamuseum van Beeld en Geluid aan te gaan. Verhalen vanuit de hele wereld worden steeds meer bekeken via video on demand services en met deze samenwerking kunnen wij een mooie bijdrage leveren aan de Nederlandse audiovisuele sector.”*

Janey van Ierland, Director Content Acquisitions Benelux & Nordics Netflix



Dutch Media Week

In de lange lijst met activiteiten waar Beeld en Geluid aan heeft bijgedragen, zien we terug dat er in 2021 vele partnerschappen zijn gesmeed of verstevigd. Om onze particuliere doelgroep beter te bereiken, werken we bijvoorbeeld samen met Bibliotheek Utrecht, Bibliotheek Amsterdam en Forum Groningen, op onderwijsvlak met het landelijk kenniscentrum voor het onderwijs Stichting Leerplan en online leerplatform LessonUp. Mediaprofessionals weten Beeld en Geluid steeds beter te vinden en vice versa, bijvoorbeeld door samenwerkingen met film- en documentairefestivals en door zogenaamde Mediacolleges waarin mediamakers en -deskundigen stil staan bij hoe media ons beïnvloeden en hoe zij onderdeel zijn van ons dagelijks leven. Specifiek voor partnering binnen het onderzoeks- en erfgoeddomein is dat we actief bijdragen aan het opstellen van onderzoeksvoorstellen, door directe betrokkenheid binnen wetenschappelijke organisaties zoals CLICKNL, de Nationale Wetenschapsagenda, de Nationale Onderzoeksraad Erfgoed en de Nederlandse AI Coalitie. Daarnaast lopen er vele samenwerkingsprojecten met erfgoedinstellingen.

Het SIDNfonds heeft, na een pilotbijdrage van € 15.000 in 2020, in 2021 een bijdrage van € 67.000 toegezegd voor de realisatie van de workshop Baas in Eigen Bubbels over datasparen en de gevolgen daarvan voor het individu en de maatschappij. De workshop wordt, net alle andere educatieve workshops, aangeboden aan scholen in de musea in Hilversum en Den Haag én in de klas op de scholen in het land. Het naar de scholen brengen van het aanbod wordt in 2021 gerealiseerd mede dankzij een in 2020 toegekende bijdrage van Fonds 21.

In 2021 is verder gewerkt aan de meerjarige projectsamenwerking met de VriendenLoterij (voorheen BankGiro Loterij) die in 2020 startte. De bijdrage voor het project 'Wat je ziet, ben je zelf' steunt de realisatie van de persoonlijke en op maat gesneden rondreis door ons totaal vernieuwde Mediamuseum.

## DUTCH MEDIA WEEK

Partnerships zijn de kern van de aanpak van de Dutch Media Week: samen met partners belichten, stimuleren en promoten we de vele prachtige ontwikkelingen en initiatieven in de (Nederlandse) media-industrie. Zo was bijvoorbeeld de uitreiking van de Dutch Game Awards een eerste concrete uitkomst van onze samenwerking met de Dutch Game Association

Wij organiseren de Dutch Media Week samen met de gemeente Hilversum en Hilversum Marketing. Daarnaast danken wij de vele partners die middels een financiële of programmeringsbijdrage meebouwen:

Stadsfonds Hilversum, 192 Radio, Alliantie Digitaal Samenleven, Audiochef, AVROTROS, Beeld en Geluid Den Haag, Beroepshavo Hilversum, Bibliotheek Hilversum, BM, BMyoung, BNNVARA, BNR Nieuwsradio, Boekhandel Voorhoeve, Buma Cultuur, Bureau Audiozaken, Chain, ClickNL, College de Brink, Community Top100, Creative Animal, CVO 't Gooi, De Beeldbuis mannen, De Rooi Pannen, De Vorstin, Dropstuff, Dudok Radio, Dutch Game Association, EMG, Faber, Filmtheater Hilversum, Gemeente Den Haag, Globe, GooischeBierbrouwerij, Gooische Brink, Gooische Scholen Federatie, Grafisch Atelier, H2O Esports, Headline Interactive, Hof Broadcast Facilities, Holland Centraal, IMPAKT, Inholland, Inholland Haarlem, KRO-NCRV, LiveHilversum, Maak het met Techniek, Media Park, Media Perspectives, Mediadiamant, MediaMatters, Mediaschool Hilversum, Mediastages, Moos Productiehuis, Museum Hilversum, NEP, NH Media, NOS, NPO, Omroep MAX, Provincie Noord Holland, RauwCC, ROCvA, Roland Holst College, RPO, Ruud van Gessel, Schokvast, SLTN, Sonic Picnic, StageX-24, Sterk Techniekonderwijs, Studio 21, Tante Jans, Unbranded, Univate, Vakbroeders, Warner Music, XR-LAB.





# MAATSCHAPPELIJK BELANG

*Als culturele instelling met een maatschappelijke missie en visie kijken wij proactief naar de beste manier om maatschappelijk verantwoord te ondernemen en daarmee de maatschappelijke positie van ons instituut te verbreden. Dit doen we onder andere door onze activiteiten te clusteren op doelgroepen als Particulieren, Mediaprofessionals, Onderwijs, Onderzoek en Erfgoed. Voor deze doelgroepen ontwikkelen we specifieke producten en diensten.*

We zetten ons in voor een mediawijzere wereld en dragen ook op deze manier bij aan het maatschappelijk belang. Dit doen wij bijvoorbeeld via ons onderwijsaanbod met workshops, museale presentaties en programmering, het penvoerderschap van Netwerk Mediawijsheid en de Alliantie Digitaal Samenleven.

## **DUURZAAM ONDERNEMEN**

De Breeam-In-Use-certificering, een duurzaamheidscertificering voor gebouwen, is in gang gezet. Doelstelling is om vóór de opening van het nieuwe museum een 4 sterren (excellent) certificering te behalen.

Er wordt gewerkt aan een duurzaamheidsbeleid waarbij we bij alle te ontwikkelen activiteiten kijken of we deze (deels) duurzaam kunnen realiseren. Vanuit dat oogpunt ondersteunen we 'Mediagroen', een project om als media-industrie bij én uit te dragen om duurzamer te werken in de keten van van media-creatie, -productie en -distributie.

Een groot gedeelte van de oude Experience is hergebruikt of verkocht aan de meest uiteenlopende bedrijven. We hebben diverse scholen en sportverenigingen blij gemaakt met onderdelen uit de Experience; zo zijn er 180 computers aan gedoneerd aan het project Assen Digitaal dat zich inzet voor mensen uit Assen met een kleine portemonnee. Verder hebben we Stichting World Animal Protection blij gemaakt met de grote dolfin die in de voormalige Experience werd gebruikt voor de WNF attractie; World Animal Protection zal de dolfin gebruiken ter ondersteuning van hun diervriendelijke campagnes.

Alle verdiepingen van het nieuwe museum worden voorzien van Marmoleum van Forbo, de eerste CO<sub>2</sub>-neutraal geproduceerde vloer ter wereld. Aanpassingen van de gebouwgebonden installaties voor het besparen van energie is een continu proces.



## ALLIANTIE DIGITAAL SAMENLEVEN

Digitaal bewustzijn betekent dat mensen veilig en vaardig mee kunnen doen en profiteren van digitale technologie. Digitaal niet mee kunnen doen heeft namelijk maatschappelijke en economische gevolgen, laat kansen onbenut en vergroot sociale ongelijkheid. De Alliantie Digitaal Samenleven zet zich in voor een digitale samenleving waarin iedereen zich zelfverzekerd en betrokken voelt.

Beeld en Geluid leidt het programmabureau van de Alliantie in nauwe samenwerking met Number 5 Foundation uit Den Haag. De Alliantie wordt primair gefinancierd door het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, met belangrijke bijdragen van partners. De activiteiten van de Alliantie komen tot stand in nauwe samenwerking met ervaringsdeskundigen op het gebied van digitale inclusie, maatschappelijke organisaties, bedrijven en overheden. Een greep uit de partijen waarmee duurzaam en/of op campagnebasis wordt samengewerkt zijn onder meer VodafoneZiggo, SeniorWeb, NS, NLDigital, Contact-Care, KBO-PCOB, Koninklijke Bibliotheek, ECP, Pharos, VNG / VNG-Realisatie, Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Ministerie van Justitie en Veiligheid, Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, Stichting Digisterker, ING, NPO, Interpolis, Netwerk Mediawijsheid, Dutch Media Week, Dataweek Den Bosch, Digitale Overheid, Logius, Novum, Gebruiker Centraal, Stichting Bartimeus, Trimbos Instituut, Gemeenten Hilversum, Rotterdam, Utrecht, Westerkwartier en onderzoekers vanuit diverse universiteiten en onderzoeksinstituten. Allerbelangrijkst is echter de duurzame en continue samenwerking met de ervaringsdeskundigen zelf, de mensen waar het om gaat.

## GERICHT OP CONTACT

De Alliantie riep dit jaar Valentijnsdag uit tot de dag van het échte contact. Met de hashtag #echtcontact wilden ze aandacht vragen voor de 2,5 miljoen mensen die moeite hebben om digitaal mee te komen. Dat resulteerde in bijzondere gesprekken tussen invloedrijke bestuurders waarmee het bewustzijn en het begrip voor digitale inclusie werd gestimuleerd. De ontwikkelingen in Nederland op politiek, sociaal en welzijnsniveau in 2021 zijn helaas het levende bewijs van de urgentie om een project als #echtcontact meer vorm te geven en in 2022 verder uit te bouwen.

## GERICHT OP TOEGANG

De landelijke campagne #allemaaldigitaal heeft geresulteerd in de oprichting van de Stichting Allemaal Digitaal. Deze stichting wordt als serieuze, structurele partner gezien voor diverse donateurs zoals van gebruikte laptops en tablets en in sommige gevallen ook van geld. Het gaat hierbij onder meer om T-Systems, MediaMonks, NautaDutilh, KPN, T-Mobile en VodafoneZiggo. De samenwerking met Stichting Boschuyzen heeft geresulteerd

in een bijdrage van € 200.000 voor de aankoop van digitale apparaten, specifiek voor jongeren in kwetsbare situaties.

## GERICHT OP HULP BIJ DIGITALE ZAKEN

De #DigiHulplijn helpt mensen met digitale vragen, zodat iedereen online kan meedoen. Deze hulplijn is in 2021 gegroeid, geprofessionaliseerd en doorontwikkeld tot serieuze partij voor digitale ondersteuning. De intensieve samenwerking met de publieke en private partners (Koninklijke Bibliotheek, SeniorWeb, Het Nationaal Ouderenfonds, VodafoneZiggo en ContactCare) resulteert in een gezamenlijke ambitie waarbij ieder vanuit de eigen invloedssfeer en verantwoordelijkheden bijdraagt. Doorverwijzingen vanuit Logius (DigiD), Arriva (OV Advies), CSU (dighulp voor medewerkers) hebben ervoor gezorgd dat het belvolume aanzienlijk is toegenomen.

De samenwerking met de coalitie Anders Reizen heeft geleid tot een gezamenlijk onderzoek naar het nieuwe hybride werken. Hierbij zijn nieuwe partijen in beeld gekomen die aansluiting zoeken bij de Alliantie vanwege de zorg rondom het welbevinden van hun medewerkers en de noodzakelijke maar vaak afwezige digitale balans tussen online en offline (kunnen) zijn. De Alliantie kijkt ook naar digitale inclusie op lokaal niveau. De intensieve bijdrage van de bibliotheken heeft daarin geleid tot samenwerkingen met onder andere gemeenten en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG). In 2022 worden deze samenwerkingen voortgezet binnen Alliantiecafé's, zogeheten 'proeftuinen' in Rotterdam, Hilversum en Westerkwartier (Groningen) waar onderzocht wordt hoe digitale inclusie in deze gemeenten is georganiseerd en hoe dit onderwerp op de coalitie-agenda's van de lokale politiek terecht kan komen. Vervolgens zullen er allerlei acties op lokaal niveau volgen, vraggestuurd en op maat. Hieruit zal een model van aanpak volgen, dat landelijk kan worden ingezet.

In het project 'Tel Mee Met Taal-experimenten' wordt gekeken of kunstmatige intelligentie een passend instrument is om digitaal minder vaardig gedrag te herkennen op websites en om mensen sneller en beter te helpen. Dit doen we met veel aandacht voor de ethische aspecten van het inzetten van deze technologie. Dit project wordt in 2022 afgerond.

De Alliantie heeft in nauwe samenwerking met partners gewerkt aan de publicatie 'Geluiden uit de Digitale Samenleving' en deze breed verspreid onder alle Kamerleden, partners en via social media. De Alliantie agendeerde het thema tijdens meerdere belangrijke events zoals het ECP Jaarfestival 2021, Dutch Media Week en de Week van de Mediawijsheid. Ook stimuleert de Alliantie onderzoek rond digitaal bewustzijn, digitale vaardigheden, maar ook rond aspecten van digitale inclusie aan de systeemkant, zoals in gamedesign.



## INCLUSIVITEIT: IEDER WORDT GERESPECTEERD BIJ BEELD EN GELUID

In een interne werkgroep is dit jaar gewerkt aan het scherp krijgen van de doelen en benodigde acties op de onderdelen Programma, Publiek, Partners en Personeel van de Code Diversiteit & Inclusie, aangevuld met de C's van Collectie en Communicatie. Bij de verdere ontwikkeling van het inclusiviteitsbeleid maken we nadrukkelijk gebruik van de kennis en ervaring van andere organisaties in de culturele sector, bijvoorbeeld door ons aan te sluiten bij het platform Musea Bekennen Kleur en het project 'Samen Inclusief' van het wetenschapsmusea-netwerk VSC. We formuleren bij samenwerkingen gezamenlijke uitgangspunten op het gebied van diversiteit en inclusie, bijvoorbeeld in de samenwerking met de redactie van Het Geheugen van Nederland. Zichtbaar is Beeld en Geluid al op het gebied van digitale inclusie, als partner en thuisbasis (programmabureau) van de Alliantie Digitaal Samenleven.

## HEEL NEDERLAND MEDIAWIJS: NETWERK MEDIAWIJSHEID

Beeld en Geluid is voorzitter en penvoerder van het Netwerk Mediawijsheid. Het derde jaar van het meerjarenplan (2019 t/m 2023) was zeer succesvol: de doelen op gebied van bewustwording en bereik bij doelgroepen zijn ruimschoots behaald en de activiteiten van het netwerk worden onverminderd hoog gewaardeerd. Het werk dat het netwerk doet om iedereen in Nederland mediawijzer te maken is van groot belang, want alleen mensen die voldoende mediawijs zijn en grip hebben op het snel veranderende medialandschap, kunnen volledig profiteren van digitalisering en zijn weerbaar tegen de schaduwkanten ervan. Ook is het tegengaan van nepnieuws en desinformatie van groot belang voor persveiligheid en een stabiele democratie.

De missie van het Netwerk is 'iedereen mediawijs', waarbij we streven naar impact op drie niveaus: het vergroten van bewustwording bij einddoelgroepen (jongeren, volwassenen en kwetsbaren), het activeren en faciliteren van begeleiders in de sociale omgeving van einddoelgroepen en het versterken van onze netwerkpartners met kennis en expertise zodat zij hun werkzaamheden beter kunnen uitvoeren.

Binnen de programmalijn Jongeren is de interactieve, spannende game MediaMasters na een uitgebreide Europese aanbesteding volledig herbouwd. Het bouwtraject verliep probleemloos; een knap staaltje werk van de nieuwe leverancier DTT. De game was een groot succes bij de leerlingen uit groep 7 en 8: er deden ruim 160.000 enthousiaste leerlingen mee aan het spel tijdens de Week van de Mediawijsheid. De waardering van de Week door leraren lag net als vorige jaren hoog; gemiddeld op een 8,3. Dit jaar werd vooral de filmische verhaallijn hoog gewaardeerd, met een 9,0.

De programmalijn Volwassenen stond in het teken van desinformatie en het weerbaarder maken van Nederlanders tegen nepnieuws. In de aanloop naar de verkiezingen is het interactieve platform [www.isdatechtzo.nl](http://www.isdatechtzo.nl) gelanceerd, in opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Moeiteloos werden de ambitieuze targets gehaald en heeft de website in 2021 160.999 bezoeken gehad. De redactionele taken van [Isdatechtzo.nl](http://Isdatechtzo.nl) worden uitgevoerd samen met Beeld en Geluid Den Haag, expert op gebied van nieuwswijsheid.

De derde programmalijn, Kwetsbaren, heeft in 2021 opnieuw een bijdrage ontvangen van de Walt Disney Foundation. Door deze extra stimulans is in november LeukerOnline.nl gelanceerd. Op deze mobile first website kunnen professionals al hun vragen stellen over het mediagebruik van verstandelijk beperkte cliënten. LeukerOnline.nl is voor én door zorgprofessionals vormgegeven.

De in 2019 door het Netwerk Mediawijsheid opgerichte Wetenschappelijke Raad voor Mediawijsheid bestaat uit 20 topwetenschappers van universiteiten, hogescholen en kennisinstituten. De leden doen onderzoek naar mediawijsheid, digitale geletterdheid en digitale inclusie. Zij brengen hun kennis bij elkaar, verbinden deze met de praktijk van mediawijsheid, bepalen waar nog hiaten liggen en geven aan welke nieuwe kennis nodig is. De werkzaamheden van de Raad dragen bij aan een goed onderbouwd, bij voorkeur evidence based mediawijsheidsaanbod, aan kwaliteitsverhoging van de activiteiten van het netwerk en aan het versterken van het fundament onder de onderzoeksactiviteiten op het gebied van mediawijsheid, digitale geletterdheid en digitale inclusie.

Binnen het programma is in 2021 nauw samengewerkt met de volgende partijen: Kennisnet, het practoraat MBO Mediawijs, Koninklijke Bibliotheek, ECP, VodafoneZiggo, het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, de Alliantie Digitaal Samenleven, Amerpoort, Vereniging Gehandicapten Nederland, Leer Zelf Online, het Nederlands Jeugdinstituut, het Rathenau instituut en Windesheim. Het netwerk bestaat uit ruim duizend aangesloten organisaties.

## VERBONDEN ERFGOED: NDE

Beeld en Geluid is één van de knooppunten in het Netwerk Digitaal Erfgoed (NDE). Dit netwerk is opgezet om met erfgoedinstellingen in Nederland landelijke voorzieningen en diensten op te zetten voor het verbeteren van de zichtbaarheid, bruikbaarheid en houdbaarheid van digitaal erfgoed.

In dit samenwerkingsnetwerk worden via de site het Geheugen van Nederland digitale collecties van aangesloten erfgoedinstellingen gepresenteerd om zo het brede publiek kennis te laten maken met het rijke, digitale verleden. Daarbij gaat het niet alleen om audiovisuele collecties maar denk ook aan fotoarchieven, historische documenten, archeologische vondsten, kunstvoorwerpen, kranten en boeken.







# WE BOUWEN AAN HET MODERNSTE MEDIAMUSEUM TER WERELD



*In 2021 heeft het Programma Vernieuwing Museum de realisatie van het nieuwe Mediamuseum gestart. Met succes: de meeste onderdelen van de nieuwe inrichting waren tegen het einde van het jaar op locatie gearriveerd, klaar voor installatie.*

[www.beeldengeluid.nl/het-nieuwe-medimuseum](http://www.beeldengeluid.nl/het-nieuwe-medimuseum)

In het begin van het jaar lag de nadruk vooral op het definitief maken van het ontwerp, de technische ontwikkeling voor de fysieke tentoonstellingsonderdelen, het definitieve ontwerp van de verhaallijnen en interactieve onderdelen en de ruwe versies voor de AV-producties.

## DE BOUW

Vanaf het voorjaar startte tentoonstellingsbouwer Bruns met de daadwerkelijke productie van de decorbouw. Die productie werd gecoördineerd in een ontwerp-en-bouwteam, waarin ook de ontwerpers van Tinker en Kiss the Frog participeerden, net als de lichtontwerpers van ACTLD, de hardwareleveranciers en *systemintegrators* van Beam Systems, voorgezeten door extern projectleider Joep Schellekens. Bruns bouwde de tentoonstellingsonderdelen in hun eigen fabriek in Bergeijk die ze tijdens zogenaamde *shop approvals* aan Beeld en Geluid en de ontwerpers presenteerden. Het ingenieuze en unieke decor met een hoop *interactives* - interactieve elementen - kon op grote waardering rekenen. In oktober werden de eerste *interactives* in Hilversum geplaatst en aan het eind van het jaar was bijna alles 'binnen', zij het deels nog in transportverpakking.

De museumruimte heeft, na de sluiting in oktober 2020, een volledige metamorfose ondergaan. De ruimte is gestript van

alle oorspronkelijke opbouwelementen, deels bedekt met een dikke laag schuim ten behoeve van de akoestiek, geschilderd in verschillende tinten grijs en voorzien van een opdekvloer, waaronder de vele honderden meters aan computerkabels en sensoren op een unieke manier zijn weggewerkt. Daarbij plaatsten we ook een nieuwe, verlengde lift waardoor alle verdiepingen voortaan ook voor rolstoelen en buggy's bereikbaar zijn.

De sloop-, bouw- en schilderwerkzaamheden werden in verbluffend korte tijd onder eigen interne regie uitgevoerd en leverden een herboren gebouw op, 'als nieuw'. Klaar om na opening weer vele miljoenen bezoekers met plezier te ontvangen. Het sluitstuk van deze werkzaamheden, vanaf december 2021, was het aanbrenge van gedecoreerde, akoestisch dempende beplating op de wanden van de themazones in het nieuwe Mediamuseum. Hierdoor verandert de jarenlang zeer slechte akoestiek in een aangenamer geluid en ruimte. Het zorgt er ook voor dat elke themazone daarnaast in alle opzichten een eigen sfeer krijgt.

Ondanks corona slaagde het ontwerp-en-bouwteam erin de vaart erin te houden en vertragingen te beperken. Stoorzender was de stagnatie in leveringen van elektronische componenten uit China, iets waar de hele wereld mee worstelt sinds 2020. Met verschillende aanpassingen en creatieve en slimme oplossingen





Het nieuwe museum: Kopen en Verkopen

van onder andere ons eigen ICT-team, is het gelukt om de belangrijkste zaken op tijd binnen te krijgen.

## DE MEDIAREACTOR

Een groot deel van het jaar werd elders gewerkt aan de besturing van de Mediareactor, een groot en belangrijk onderdeel van ons nieuwe Mediamuseum. Die besturing is technisch gezien een enorme uitdaging omdat dit het grootste LED-scherm ter wereld is waarvan elke pixel apart aangestuurd kan worden. De programmeur zat door coronarestricties vast in Australië, wat de communicatie bemoeilijkte en het proces meer rekke dan wenselijk was. Maar eind 2021 konden we toch het groene licht geven voor het 'vullen' van de Mediareactor door de twee video-servers, de ruggengraat van de installatie, te laden met honderden fragmenten uit het archief. Daarna konden we het grote scherm ophangen in de museumruimte.

Intussen voltooide Insert Media (een samenwerkingsverband van interactief ontwikkelaar Kiss the Frog, mediabedrijf Redrum Bureau en app-ontwikkelaar Elastique) het voorbereidend werk voor alle publieksinteractie. Ook zorgde ze voor de set aan voorgeprogrammeerde beelden, *audiovisuals* genoemd, die in het nieuwe Mediamuseum te zien zullen zijn. Ons inhoudelijke team van redacteuren en researchers voedden hen in hoog tempo met de inhoud daarvoor.

## CONTENT

Om in ons nieuwe Mediamuseum het internationale en pluri-forme karakter van de hedendaagse media op een juiste wijze te kunnen weerspiegelen, hadden we een breed aanbod aan archiefmateriaal nodig. Niet alleen materiaal uit de eigen archieven van Beeld en Geluid, maar ook uit niet-toegankelijke mediacollecties van andere (internationale) producenten, omroepen en het internet. Een complicerende factor daarbij is dat we voor het gebruik in het museum van al het archiefmateriaal van buiten Beeld en Geluid, en dat is ruim de helft, toestemming van de rechthebbenden nodig hebben. We betrachten daarin de

uiterste zorgvuldigheid. Het *clearing*-team is er in de loop van 2021 in geslaagd om toestemming te verkrijgen voor het grootste deel van de content. In het geval dat dat onmogelijk bleek, moesten we alternatieven zoeken. Een gigantisch karwei, dat bovendien nooit klaar is. Zelfs als het Mediamuseum open gaat, zal onze redactie stelselmatig media-ontwikkelingen bijhouden om die, zodra ze relevant worden, te vertalen in content voor het museum.

In de loop van het jaar werd een flink aantal *exhibits* in aanbouw onderworpen aan prototype-tests. Dat was een uitdaging door een gebrek aan testpubliek vanwege corona, maar de tests leverden uiteindelijk toch waardevolle informatie op voor de verdere ontwikkeling van verschillende technieken in de *exhibits*. Onder meer voor gezichts- en emotieherkenning in het onderdeel 'Deel je Leven', productvoorkeuren in 'De Waarzegster' en de spelmechaniek voor onder meer 'Maak je game', 'Toon jezelf', 'Maak Vrienden' en 'Game On!' Eind 2021 waren er nog drie *exhibits* in ontwikkeling, de overige verkeren in het stadium van coderen, evenals het museale IT-systeem.

Ook de ontwikkeling van de online pre- en post visit omgeving, de museumapp, die laat in het proces is gepland, kwam op snelheid eind 2021. Het gebruik van de app is de sluitsteen van de digitale wereld die we voor de bezoeker aan het scheppen zijn. Die wereld begint bij de verwelkoming in het Mediamuseum in de daarvoor ingerichte ruimte en eindigt bij de overdracht van bezoekersdata naar het CRM-systeem van Beeld en Geluid door de app. Dit allemaal om een bezoek aan ons een onvergetelijke ervaring te laten zijn.

Bij de aanvang van het Programma Vernieuwing Museum in 2017 zijn kaders voor budget en tijdsplanning vastgelegd. De monitoring daarvan vindt plaats via permanente *forecasts*. Tussentijdse aanpassingen worden, indien nodig, tweewekelijks afgestemd met de programmastuurgroep. Met name in de afgelopen coronaperiode waren verschuivingen soms noodzakelijk. Eind 2021 ligt het programma zowel financieel als wat betreft tijdsplanning echter nog op schema.



## BEELD EN GELUID, NIET ALLEEN IN HILVERSUM



*Het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid is in juli 2019 een bestuurlijke samenwerking aangegaan met het voormalig Museum voor Communicatie (COMM) in Den Haag. Het doel van deze samenwerking was onder andere het vergroten van het publieksbereik van Beeld en Geluid, bundeling van krachten rond de collecties en collectiekennis en het ontwikkelen van een meer herkenbare plek voor activiteiten op het gebied van journalistiek, nieuwswijsheid en persvrijheid.*

De huidige samenwerking en geboekte resultaten in 2021, ondanks de coronabeperkingen, waren succesvol en bieden mooie kansen voor de toekomst. Om die reden gaf de Raad van Toezicht in september toestemming voor een fusie van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid en Beeld en Geluid Den Haag, welke naar verwachting in 2022 zal plaatsvinden.

De twee inhoudelijke thema's waar Beeld en Geluid Den Haag zich met name op richt, sluiten naadloos aan bij die van Hilversum en waren het afgelopen jaar actueler dan ooit, Eén: de rol van media in de informatievoorziening in een democratie, onder de noemer nieuwswijsheid. Hiermee specialiseert de locatie in Den Haag zich op dit specifieke

aspect van mediawijsheid. Twee: pers en journalistiek die zowel door de opkomst van data en technologie als door maatschappelijke veranderingen continu in transitie zijn, met speciale aandacht voor persvrijheid.

Deze inhoudelijke profilering van Beeld en Geluid Den Haag heeft tot een reeks aansprekende activiteiten en daardoor groter bereik geleid, maar ook tot de samenwerking met relevante en inspirerende partners die de organisatie van Beeld en Geluid als geheel ten goede komen. In aanloop naar het meerjarenbeleidsplan waar een grote ambitie is geformuleerd op het gebied van nieuwswijsheid, liggen er juist in Den Haag veel kansen om een belangrijk deel van deze ambitie te verwezenlijken.



*Beeld en Geluid Den Haag*

### NIEUW PUBLIEK

Het publiek dat Beeld en Geluid Den Haag in 2021 bereikte, zat in veel gevallen thuis achter hun scherm. Desondanks zijn veel mooie en succesvolle, hybride en digitale programma's geproduceerd, waar een nieuw publiek werd bereikt. Dit waren inhoudelijke partners op het gebied van journalistiek en nieuws zoals ANP en de Zilveren Camera, maar ook bedrijven, organisaties, overheden - waar thema's als desinformatie en nepnieuws hoog op de agenda staan - en nieuwe *communities* die jongeren en doelgroepen met een niet-westerse achtergrond bereiken zoals PIP Den Haag en het Indisch Herinnerings-





Beeld en Geluid Den Haag

centrum. Het onderwijs is door corona in 2021 matig bereikt, maar hier liggen in 2022 grote kansen gezien het grote verzorgingsgebied en de aantrekkingskracht van de stad Den Haag op schoolklassen.

In het najaar bewees Beeld en Geluid Den Haag zich als interessante extra locatie van de Dutch Media Week. Zij organiseerden een Haagse *spin-off* van dit landelijke evenement. Met diverse programma's op het gebied van journalistiek en nieuwswijsheid, zoals het Haags Fotodebat en de Polarisation Parade, bereikten zij verschillende doelgroepen van journalisten en journalisten in opleiding. De journalistiek weet Beeld en Geluid Den Haag steeds beter te vinden.

Door lokale samenwerkingen aan te gaan en op de Haagse bevolking gerichte activiteiten te ontwikkelen, zijn nieuwe doelgroepen aangesproken en is ervaring opgedaan in het programmeren op basis van de actualiteit. Op het gebied van nieuwswijsheid en journalistiek zijn er veel initiatieven in Hilversum én Den Haag, die in Den Haag doorontwikkeld worden om een zo groot en divers mogelijk publiek te genereren.

Ook worden resultaten van projecten uit de doelgroep Onderzoek (Hilversum) in Den Haag doorvertaald naar activiteiten voor een breder publiek, bijvoorbeeld met betrekking tot de invloed van algoritmen op nieuwsconsumptie en polarisatie. De resultaten zijn verwerkt in diverse educatieve workshops, die hierdoor een sterkere evidence base krijgen en nog beter als betrouwbaar kwaliteitsproduct zijn te vermarkten. De onderzoeksresultaten leiden ook tot andere activiteiten. Met nieuwe samenwerkingspartners als Maastricht University, Universiteit van Amsterdam en het onderzoeksjournalistieke programma Pointer is er onderzoek gedaan naar nepnieuws op TikTok, dat zich vertaalt in blogs en een publieksprogramma in Den Haag in 2022. Met deze nieuwe werkwijze bereiken we een groter en breder publiek.

De mediastadswandelingen zijn unieke wandelingen langs bekende Haagse plekken waar vroeger grote gebeurtenissen plaatsvonden die door het Polygoon-journaal werden vastgelegd. Die wandelingen zorgden voor aansluiting bij het Haagse publiek tijdens de verschillende lockdowns en maakten dat het archief op een laagdrempelige manier

onder de aandacht kwam bij een brede doelgroep.

## IN DE PERS

De activiteiten en profilering in Den Haag trok de aandacht van de internationale pers in 2021 en versterkte hiermee de bekendheid en het imago van ons instituut als geheel. De beroemde brieven uit de [postkist van Brienne](#) waren onderwerp van internationaal wetenschappelijk onderzoek dat aan het begin van het jaar nationaal en internationaal groot in de media werd uitgemeten. Beeld en Geluid Den Haag trok de aandacht van de landelijke pers door de bruikleen van het standbeeld van Thomas van der Vlugt (oprichter Stuktv en selfmade mediamagnaat) en de uitreiking van het boek 'Haags Verhaal' aan koningin Maxima. Ook doorlopende activiteiten met mediapartners zoals het maandelijks optreden bij Den Haag FM (in samenwerking met ANP) rond de Haagse Nieuwsfoto van de maand en optredens in het Mediaforum op NPO Radio 1 zorgen dat Beeld en Geluid Den Haag doorlopend in de aandacht staat en langzamerhand een autoriteitspositie verwerft op het gebied van nieuwswijsheid.



## BEELD EN GELUID IS ER VOOR IEDEREEN



### PUBLIEKSACTIVITEITEN VOOR PARTICULIEREN

*Ondanks corona hebben we in 2021 een flinke stap gemaakt in de ambities die we in het jaarplan van 2020 hadden geformuleerd. 'Jouw leven in Media' hebben we als thema tot leven gebracht met aansprekende programmering, interessante events en heel veel online interactie. Daarmee sorteerden we voor op de positionering van het nieuwe Mediamuseum. Voor het eerst waren we in 2021 in staat het volledige programma op een multichannel-manier naar het publiek te brengen. Het museum was gesloten vanwege corona en de verbouwing, maar dankzij eerdere investeringen in online platformen, nieuwe locaties zoals het Mediaplein in Hilversum, nieuwe samenwerkingen met bijvoorbeeld Bibliotheek Utrecht en grote hybride events zoals Dutch Media Week, konden we een breed publiek blijven bereiken.*

Belangrijk daarin was dat we ook nieuwe doelgroepen aan ons konden binden. Millennials wisten massaal het speciaal voor hen ontworpen *mobile mediamagazine TILT* te vinden, de programmering werd toegankelijker gemaakt voor doven door bijvoorbeeld doventolken in te zetten bij de events en we hebben een goede stap gezet in het diverser maken van onze programma's, presentatoren, panel-experts en marketinguitingen. Door de

samenwerking met de Alliantie Digitaal Samenleven maken we de programmering en ook de organisatie inclusiever in alle opzichten; voor zowel alle Nederlanders met een beperking, alsook voor mensen die moeite hebben met de digitale wereld. Set Stichting Bartimeus Fonds wordt gewerkt aan een meerjarig plan.

Door de integratie met Beeld en Geluid Den Haag) en het werken vanuit een

*Kinderen nieuwswijzer door masterclass Jeugdjournaal in Beeld en Geluid Den Haag*

centrale redactie konden we meer producties op meer locaties draaien met dezelfde inzet van mensen en middelen.

Door al deze activiteiten hebben we, ondanks corona, de resultaten grotendeels op peil kunnen houden. Het aantal fysieke bezoekers en het aantal publiciteitswaardige activiteiten bleef echter door de gedwongen sluiting van het museum achter op schema. Door corona moesten niet alleen de musea in Hilversum en Den Haag sluiten, ook waren we gedwongen om grote events als het Tourcafé in overleg met de NOS af te gelasten en de Top2000 hybride aan te bieden. Dit had een grote negatieve impact op de resultaten in bereik en kosten. De inkomsten liepen door de lockdowns fors terug en konden enigszins gecompenseerd worden door op de kosten van deze evenementen - productie, marketing, inhuur - te besparen.



*(W)auw van de bouw**Het nieuwe Mediamuseum*

Dat corona ook positieve kanten kent, liet dit jaar ook zien. Bijna alles produceren we, samen met partners, nu hybride, wat de kwaliteit, efficiëntie en de marketing ten goede komt. De klanttevredenheids-cijfers waren goed voor de activiteiten in ons pand, online en van events. Online groeiden we stevig door, waar de sociale media en nieuwe succesvolle producties als de (W)auw van de Bouw aan bijdroegen. Het reorganiseren van oude collectiesites verbeterde de kwaliteit van het online aanbod. De omzet van particuliere collectie-aanvragen steeg licht. Er zijn grote stappen gemaakt in de data- en online-omgeving voor het nieuwe Mediamuseum, maar door gebrek aan (nieuwe) bezoekers daalde de bezoekersdatabase licht. Het totale rechtstreekse online bereik groeide wel fors door. Daarmee zijn we na de grote musea in Amsterdam nog steeds leidend in Nederland. In het coalitieakkoord 2021 – 2025 van VVD, D66, CDA en ChristenUnie is er geld beschikbaar gesteld om de toegankelijkheid van ons archief voor alle Nederlanders de komende jaren mogelijk te maken. Dat zal ons bereik en gebruik van het archief door particulieren in de nabije toekomst vergroten.

Tenslotte was het mooi om te zien hoe in 2021 de vele concepten en ideeën van de afgelopen jaren tot realisatie kwamen. Dat is nog niet altijd zichtbaar in de resultaten, maar geeft wel vertrouwen in de toekomst. We maakten grote stappen met de fysieke bouw van het Mediamuseum en de exhibits, de herpositionering van ons merk en de openingscampagnes. Maar ook met de realisatie van de event-vloer en de projectruimte, de museumapp, nieuwe bedrijfskleding en het acquireren en activeren van nieuwe partners. In de zomer van 2022 zullen al deze zaken opgeleverd zijn, waarna we vanaf de zomer gaan testen. Op naar een spectaculaire opening in oktober 2022!

## BEZOEKERSERVARING IN HET NIEUWE MEDIAMUSEUM

Het museum in Hilversum was in 2021 gesloten. De focus lag geheel op het realiseren van het nieuwe Mediamuseum. Naast het Mediamuseum is er hard gewerkt aan de vernieuwing van de héle bezoekerservaring. Zo worden er in het atrium een nieuwe kassa-omgeving en een nieuwe medialounge

gebouwd. In die medialounge ontdek je straks de wereld van Beeld en Geluid: niet alleen het archief, maar ook alle wetenswaardigheden over het gebouw en de onderwijs- en onderzoeks-programma's. Daarnaast is er met partners aan de projectruimte gewerkt: op de vijfde verdieping van het Mediamuseum kun je straks letterlijk de toekomst van media aanraken door middel van allerlei interactieve, innovatieve installaties. Tenslotte zijn er concrete aanpassingen gemaakt om de toegankelijkheid van het nieuwe Mediamuseum te verbeteren voor mensen met een fysieke, auditieve of visuele beperking. Dit onderwerp heeft samen met diversiteit en inclusiviteit continu onze aandacht en is ook in de inhoud van de content van het nieuwe Mediamuseum sterk verbeterd.

Ook buiten onze muren was er volop activiteit. In 2021 zijn twee mobiele units (pods) opgeleverd waarmee we op locatie op de actualiteit in kunnen spelen. Op de pods kunnen we publiek buiten de museumvloer op een interactieve manier laten ervaren wat de invloed van media is op hun dagelijks leven. Dit hebben we in 2021 getest met publiek in Beeld en Geluid Den Haag, op het Mediaplein

Hilversum en in Bibliotheek Utrecht. We startten een samenwerking met Forum Groningen voor hun tijdelijke tentoonstelling 'Game On', die onze zichtbaarheid, hergebruik van ons archiefmateriaal en onze naam als hoeder van Nederlands game-erfgoed heeft verbeterd.

## PROGRAMMERING

Corona vroeg in 2021 enorm veel flexibiliteit van collega's, partners en bezoekers, zoals het last minute omgooien van programma's, zalen en livestreams. In 2021 hebben we vanuit een centrale redactie programma's ontwikkeld voor Den Haag, Hilversum en Bibliotheek Utrecht Neude. Alle deelnemers van deze samenwerkingen zijn enthousiast en we hebben een veelbelovend begin gemaakt met bundeling van kennis, kunde en marketingkracht.

De programmering ging over de thema's verkiezingen, de sportzomer en inclusiviteit. Om de programma's voor iedereen toegankelijk te maken, werden livestreams ondertiteld en doventolken ingezet. Ook is er in 2021 een rondleiding 'op de tast' door onze depots toegevoegd, speciaal voor blinden. Het programma met Vincent

Bijlo over hoe blinden media gebruiken en hoe ze erin geportretteerd worden, was een warm pleidooi voor inclusievere media.

De livestream 'Swiep Swiep Hoera!', de Swiebertjespecial die wij speciaal voor thuiszittende ouderen maakten, werd goed bekeken en is overgenomen door meer dan dertig verzorgingshuizen. Het programma stak veel ouderen in coronatijd een hart onder de riem en de lancering werd erg goed opgepikt door de media. Bijvoorbeeld het tv-programma Goedemorgen Nederland van WNL dat er een heel item aan wijdde. Een dochter van een bewoonster in een verzorgingshuis mailde ons: *"Mijn moeder en ik hebben gekeken en het was zo genieten voor haar, even ontsnappen uit de grauwsluijer van coronabeperkingen! Mijn moeder raakte weer ontroerd toen ze Swiebertje met zijn koffers zag vertrekken, over dat lange pad, uitgezwaaid door Saartje. Ze kon het zich nog precies herinneren!"*

In het MediaCafé over de Westerborkfilm spraken onze conservatoren en deskundigen over de restauratie van deze film, die is aangemerkt als Unesco Werelderfgoed. De livestream hierover werd goed bekeken. Net als het online MediaCollege

'Black Lives Matter'. De viering van 70 Jaar Televisie werd op initiatief van Beeld en Geluid een grote coproductie met de omroepen. We hebben de rijke historie van de Nederlandse televisie in de spotlights gezet met uitzendingen, programmering en online events. We faciliteerden een internationaal televisiecongres, waren dé bron voor specials op tv en vormden het decor voor diverse televisieopnames. In de herfstvakantie was er Jeugdjournaal-programmering in Den Haag en waren er theatercolleges in de Bibliotheek Utrecht en op onze locaties in Hilversum en Den Haag. Mede dankzij de deelnemers van de Vriendenloterij hebben we deze mooie publieksprogramma's en media-programmering kunnen aanbieden.

Om onze programmering toekomstbestendig en aantrekkelijk te maken voor medialiefhebbers van alle leeftijden is de Raad van Advies geïnstalleerd, bestaande uit gerenommeerde mediadeskundigen en -wetenschappers. In de Dutch Media Week is ook een veelbelovende start gemaakt met de programmering op het MediaPlein in Hilversum, op de Kerkbrink in het centrum van de stad, dat in toekomst moet uitgroeien tot een high traffic locatie waar Beeld en Geluid, Museum Hilversum, de bibliotheek en de gemeente laten zien dat Hilversum dé mediastad van Nederland is en blijft.

*Beeld en Geluid en Bibliotheek Utrecht brengen Swiebertje naar verzorgingshuizen*



*Beeld en Geluid viert 70 Jaar Televisie met gevarieerde programmering*







De Raad van Advies is op 18 oktober 2021 geïnstalleerd en bestaat uit de volgende enthousiaste 11 leden, elk met hun eigen unieke expertise en verbinding met professionele gemeenschappen en doelgroepen: Patti Valkenburg, Gert-Jaap Hoekman, Piet Bakker, Wilbert Schreurs, Sarah Hagens, Leonieke Verhoog, Viktor Wijnen, Mark Deuze, José van Dijck, Sonja de Leeuw en Rami Ismail.

## ONLINE

In 2021 hebben we een substantiële *upgrade* van de website gerealiseerd. Daarmee is de website qua content weer up-to-date: de collectieparels, onderwijs- en de corporate informatie staan beter in het voetlicht en voldoen aan de norm van digi-toegankelijkheid. Daarnaast zijn we ontzettend trots op onze online producties: onze serie [Collectieverhalen](#) en vooral de serie [Media in Crisistijd](#) deden het in coronatijd erg goed, met meer dan een miljoen kijkers, naast het eerder genoemde [\(W\)Auw van de bouw](#), met 735.000 views.

Op sociale media was onze Facebook-post met het Polygoonfilmje over [de flitspalen](#) (met een bereik van 2,2 miljoen) de grootste hit van het jaar, net als de aankondiging over de gerestaureerde [Westerborkfilm](#). Daarnaast waren het TILT-verhaal [Griezelig echt](#), de collectievideo [Favo Aanwinst 2021](#) en de Youtube video [Ontoegankelijke media](#) populair. Maatschappelijk gedreven items als de stream over diversiteit in de reclame maken, maakt nu een vast onderdeel uit van onze online uitingen. Ons volgersaantal op de sociale media kanalen is gegroeid naar 250.000. Door gebrek aan nieuwe aanwas van bezoekers vanuit het museum is het aantal abonnees in onze database onder de 100.000 gezakt. Verdere

personalisatie en incentives - korting op programmering en win-acties op *sneak previews* in het nieuwe Mediamuseum - hebben de val echter wel vertraagd.

## EVENTS, MARKETING EN VERHUUR

Een hoogtepunt van 2021 was Dutch Media Week, die in hybride vorm ruim 10.000 fysieke en 20.000 online bezoekers trok. Daarmee profileert Beeld en Geluid en Hilversum zich wederom als mediastad bij het algemeen publiek, mediaprofessionals en scholen. Enkele hoogtepunten van de week waren de *sound summit* voor mediaprofessionals, de Songfestival Experience, de medialabs op het Mediaplein in Hilversum, de livestreams van de talkshows, de programmering op vier locaties in het land, de uitreiking van de Media Diamant en de *talent-day*. In het Dutch Media Week [digitale tijdschrift](#) staat een uitgebreid verslag. Door corona en veiligheidsrestricties op het Mediapark als gevolg van de moord op Peter R. de Vries konden enkele grote publieksevents helaas niet doorgaan.

Voor het Erfgoedfestival Gooi & Vecht boden we wekelijks rondleidingen aan, waarin Mies Bouwman centraal stond als grensverleggende televisievrouw. Eppo

van Nispen tot Sevenaer behandelde de levenswandel van haar en andere media-vrouwen in de [podcast](#) Gooise Museum-schatten. De Top2000 vond dit jaar wederom plaats zonder publiek, maar wel vanuit het café in Beeld en Geluid.



*Journalist Haro Kraak duidt burgers die het heft in eigen handen nemen*

*Tentoonstelling 'Een Zee van Geluk' over 111 jaar chinese migratie en familie verhalen in Nederland | Beeld en Geluid Den Haag*





## MEDIAPROFESSIONALS



Makers over de Vloer: Nanna de Jong

*In 2021 was onze belangrijkste doelstelling het stimuleren van hergebruik en het vergroten van de impact van de collectie, door gebruik in onderwijs, museum en onderzoek. Uit de uitstekende cijfers blijkt dat het stimuleren van hergebruik zeker gelukt is. Dit komt ook door het werken op een doelgroepgerichte manier, die nu na een aantal jaar zijn vruchten afwerpt. We weten verschillende soorten makers en producenten steeds beter te bereiken en onze diensten op hen af te stemmen. Dit leidt tot verhoogd gebruik, hogere klantwaardering én verhoogde efficiency.*

Daarnaast stond afgelopen jaar in het teken van *content clearing*: het inzichtelijk maken van de rechten van ons archiefmateriaal. *Content clearing* is aangemerkt als strategische prioriteit in 2021. Het zicht hebben op welke content hoe gebruikt kan worden, wie rechthebbende is, het inzichtelijk maken van alle content clearing projecten (projecten waar wij de rechten afregelen) en het verbeteren van communicatie en processen gericht op externe gebruikers, was gedurende het hele jaar een thema.

Ook werd in het kader van de nieuwe Europese Auteurswet deelgenomen

aan zogenoemde *stakeholder*-dialogen, georganiseerd door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, over het publiceren van *out of commerce* materiaal door erfgoedinstellingen. *Out of commerce* materiaal is materiaal dat om verschillende redenen geen commerciële waarde meer kent. Beeld en Geluid vertegenwoordigt in de dialogen met het Ministerie de audiovisuele erfgoed partijen. Deze gesprekken resulteren naar verwachting in 2022 in een convenant. De samenwerking met NPO is geïntensiveerd en geprofessionaliseerd, wat ook bij de *stakeholder*-dialogen enorm helpt om tot gezamenlijk gedragen resultaten te komen.

Een mooie mijlpaal was het afspeelbaar maken van oude uitzendingen van het langlopende NPO Radio 4-programma 'Diskotabel' in zoeken. beeldengeluid.nl. Het resultaat van een vruchtbare samenwerking tussen NPO Radio 4, omroep NTR en Beeld en Geluid en hopelijk een voorbode van het kunnen presenteren van meer bijzondere radiocontent.







*Alles is Archief: bijeenkomst voor producenten tijdens het Nederlands Film Festival, georganiseerd in samenwerking met NAPA.*

## MEDIA-ARCHIEF

Het gebruik van het archief in 2021 ondervond geen negatieve invloed van de lockdowns. Sterker nog, de resultaten zijn uitstekend. Het aantal bekeken fragmenten, downloads en geïnde licentiegelden is nog nooit zo hoog geweest als afgelopen jaar. Door continu te investeren in het verbeteren van zichtbaarheid, klantvriendelijkheid, informatieverstrekking en interne workflows worden drempels op die gebieden weggenomen, hetgeen gebruik van het archief stimuleert. Daarbij zorgt meer digitaal beschikbaar materiaal voor een structureel betere beschikbaarheid van de collectie. In 2021 overtroffen we het eerdere record aan licentieafdrachten van ruim 1,1 miljoen euro in 2019, ruimschoots met een stijging van 23.7% naar € 1.445.359! Deze bijzonder grote stijging in licentieafdrachten komt voornamelijk door een gestegen gebruik van het archief door commerciële partijen. De inkomsten komen ten goede aan de publieke omroepen, die op hun beurt weer afdragen aan rechthebbenden.

De viering in oktober van 70 Jaar Televisie in Nederland ging gepaard met een groot aantal televisieprogramma's vol prachtige, bijzondere en gedenkwaardige fragmenten. Redactieleden van de betreffende programma's en medewerkers van Beeld en Geluid diepten veel archiefbeelden op uit archiefsysteem DAAN. Dat was terug te zien in een flink hoger aantal downloads dan normaal in de doorgaans wat stillere zomermaanden. Beeld en Geluid stelde de benodigde research-uren gratis ter beschikking voor de jubileumprogrammering, net als de bemiddeling tijdens het licentieproces van content waarvan Beeld en Geluid eigenaar is.

We zijn in 2021 ook een nieuwe samenwerking aangegaan met platenlabel EMI Classics voor pianoconcerten opgenomen in het Concertgebouw (in samenwerking met omroepen NTR, AVROTROS en KRO-NCRV) en een distributiedeal met online portal 24trains.tv. Via die kanalen vindt archiefmateriaal dat al decennialang op de plank lag een nieuw publiek.

## GEbruik VAN DAAN

In 2021 is het aantal abonnementen op ons archiefsysteem DAAN gestegen van 185 naar 208. Achter een aansluiting kan één gebruiker zitten, bijvoorbeeld een filmmaker, of verschillende redacties, bijvoorbeeld bij Talpa of Cito. We blijven groeien en nieuwe organisaties en bedrijven aan ons binden zoals musea, producenten en politieke partijen. Deze organisatie raadplegen de collectie ook vaak alleen voor researchdoeleinden, zonder licentieaanvraag of download. Aan het einde van het vierde kwartaal hebben we onze infrastructuur aangepast zodat de nieuwe toetreders aan het omroepbestel, Omroep Zwart en Ongehoord Nederland, hun uitzendingen kunnen laten instromen en we dat materiaal toegankelijk kunnen maken voor gebruikers.

In 2021 hebben we online trainingen gegeven aan 101 DAAN-gebruikers. De deelnemers kwamen van onder meer publieke en commerciële omroepen, productiemaatschappijen, VRT, musea of waren freelancers journalisten. Zij kregen *tips & tricks*, gaven feedback aan ons en maakten bovendien (opnieuw) kennis met Beeld en Geluid-medewerkers achter DAAN. De redactieleden van NPO Net in Nederland kregen een training op maat; de deelnemers zijn nieuwkomers, veelal gevlucht uit landen als Syrië. Zij weten weinig van de Nederlandse mediageschiedenis en gebruiken voor de verhalen die zij maken net even andere zoektermen in DAAN waardoor zij niet altijd vinden wat zij zoeken.



Deelnemers aan het traject ReFresh, een samenwerking van Beeld en Geluid en VERS. Vlnr: Luna Hupperetz, Merel Raats, Julia Schmitz en Dobber Bolhuis.

## DAAN; EN DAN NÓG BETER

In 2021 hebben alle afdelingen binnen Beeld en Geluid in kaart gebracht welke verbeterpunten zij zien voor ons archiefsysteem, die we vervolgens geprioriteerd hebben in wat we onze *ICT roadmap* noemen. De verbeterpunten zijn onderdeel van het meerjarenbeleidsplan van Beeld en Geluid. Het archiefsysteem wordt verder ontwikkeld om publicatie op de daaraan gekoppelde collectiewebsites van Beeld en Geluid optimaal te beheren, presenteren en voor te bereiden op grootschalige online beschikbaarstelling.

Ook toegankelijkheid voor mensen met een beperking is een aandachtspunt. Door de omvang en veelzijdigheid van het archief heeft het toegankelijk maken ervan een enorme impact. Afgelopen jaar spraken wij onder meer met (frequent DAAN-gebruiker) Vincent Bijlo en testten wij samen met hem het systeem. Om het archief beter toegankelijk te maken, zijn wijzigingen nodig in de ICT infrastructuur. Deze zijn opgenomen in de *ICT Roadmap*.

We troffen in 2021 samen met de NPO voorbereidingen om op structurele basis web only-content van de publieke omroepen - zoals visual radio, podcasts en NPO3-video's - te kunnen opslaan in ons archief. Met de NOS zijn voorbereidingen getroffen om geautomatiseerd de programma's die bedoeld zijn voor online programmering, duurzaam bij ons te archiveren.



Deelnemers aan Get Your Feedback, tijdens de NFF Talent Days. Vlnr: Roosje Verschoor, Karim Ouri, Julia Schmitz, Wieke Kapteijns, Hugo Huurdeman

## KENNISDELING & OPKOMENDE MEDIAMAKERS

Om mediamakers nu en in de toekomst aan ons te binden, is in 2021 ingezet op het bereiken van jonge mediamakers die nog in opleiding of net aan het werk zijn. Door hen te leren over wat er kan (en niet kan) met het archief en hen te inspireren, geven we ze kennis, waardering en inspiratie mee voor de rest van hun carrière.

Er is in 2021 een inhoudelijk sterk en flexibel inzetbaar educatieprogramma ontwikkeld voor media- en kunststudenten en opkomende makers, gericht op creatief hergebruik van en bewustwording over archiefmateriaal. Enthousiaste studenten van onder meer de Filmacademie volgden deze Archiefcolleges: acht masterclasses en workshops, online en fysiek.

Als onderdeel van het hierna genoemde Open Archief, werden twee ReUse Clinics georganiseerd, waar kunstenaars en

andere makers kennismaakten met onder meer copyright op archiefmateriaal.

ReFresh is gelanceerd als onderdeel van het partnership met VERS, een netwerkvereniging voor jonge beeldmakers. ReFresh is een intensief ontwikkeltraject en richt zich op beginnende makers die met archief willen werken. Vijf geselecteerde deelnemers volgden een traject met coaching, een masterclass, drie workshops en een pitchsessie voor producenten.

Een nieuwe manier om in contact te blijven met beginnende mediamakers zijn 'Get Your Feedback' sessies, georganiseerd met VERS en het Nederlands Film Festival. Vijf jonge makers presenteerden daar hun plannen voor mediaproducties met archiefgebruik en kregen feedback van filmmaker Yula Altchouler en de andere deelnemers.





Beeld en Geluid cureert tentoonstelling over Gabber op Google Arts & Culture



Makers over de Vloer: Willem de Haan

## PROJECTEN

In 2021 vond de tweede editie van Open Archief plaats, een samenwerking van het Instituut voor Sociale Geschiedenis (IISG), Het Nieuwe Instituut (HNI) en Beeld en Geluid. De gerenommeerde kunstenaars Femke Dekker, Jessica de Abreu en Michiel Huijben gingen op zoek naar nieuwe verhalen in de digitale collecties van de drie instituten, met als eindresultaat een nieuw mediawerk rond het thema activisme en archieven. De editie werd afgesloten met een symposium, ondersteund door auteursrechten belangenorganisatie Pictoright, en een expositie van het mediawerk in Het Nieuwe Instituut.

RE:VIVE, het initiatief dat muziek en archieven bij elkaar brengt, bracht enkele vinyl releases uit en maakte voor Google Arts & Culture een historisch overzicht van gabbermuziek in Nederland. In januari resulteerde de samenwerking van RE:VIVE met NPO Radio 4 en NTR in de podcastserie De Mengtafel. Daarin doken dj's en producers uit de voorhoede van de elektronische muziek in de (modern) klassieke muziek, waarbij zij ook putten uit muziekopnames van Beeld en Geluid. Een omvangrijk, complex en bijzonder project is het onderzoek naar de online beschikbaarstelling van het roemruchte VPRO buitenland tv-magazine Diogenes. Het project zal vanaf 2022 in fases tot uitvoering gebracht worden en dient als voorbeeld voor ander omroepmateriaal dat binnen de *out of commerce*-regeling valt.

# RE: VIVE

RE:VIVE, het initiatief dat muziek en archieven bij elkaar brengt



ILLUSTRATIE  
BIËNNALE  
BEELD EN GELUID, HILVERSUM

Beeld en Geluid was in 2021 locatie en host voor de prestigieuze Illustratie Biënnale

## FESTIVALS

Festivals zijn een unieke gelegenheid om specifieke groepen (media) makers aan te spreken. Afhankelijk van de doelgroep, ligt de focus per festival anders: de ene keer op kennisdeling en het inspireren van bezoekers, de andere keer op het meer zichtbaar maken van (het archief) van Beeld en Geluid.

We werken samen met podcastfestival Oorzaken voor de wedstrijd Korte Golf, waarvoor 75 podcastmakers audiowerk instuurden met daarin opnames uit onze audio-collectie verwerkt.

Filmmaker en frequent archiefgebruiker Peet Gelderblom verzorgde tijdens het Imagine Film Festival in opdracht van Beeld en Geluid een inspirerende masterclass over *found footage*, waarbij deelnemers werden uitgedaagd om archiefmateriaal te gebruiken in nieuwe producties.

Beeld en Geluid was in 2021 locatie en host voor de prestigieuze Illustratie

Biënnale. Ter gelegenheid daarvan kregen twee illustratoren de opdracht tot het maken van een zeeafdruk, geïnspireerd op archiefbeelden uit de open collectie.

In samenwerking met producenten-alliantie NAPA werden tijdens het Nederlands Film Festival producenten en andere filmprofessionals uitgenodigd voor een bijeenkomst over het praktisch gebruiken van archiefmateriaal. Producenten van Topkapi Films en Witfilm vertelden voor een volle zaal over hun producties in samenwerking met Beeld en Geluid.

Tijdens de Dutch Media Week bood de werkplaats *Makers over de Vloer* ruimte aan de kunstenaars Nanna de Jong en Willem de Haan om een week met archiefmateriaal te werken. In de 'All You Can Print'-werkplaats kon iedereen zelf aan de slag met geprinte stills van televisiebeelden uit de open collectie van Beeld en Geluid.



*Ultraviolette and the Blood Spitters Gang - winnaar Beeld en Geluid IDFA ReFrame Award 2021*

Met het partnerschap met documentairefestival IDFA plaatst Beeld en Geluid zich midden tussen de documentairemakers, een doelgroep die intensief gebruik maakt van archieven. Het belang van deze doelgroep wordt onderstreept met de uitreiking van de Beeld en Geluid IDFA ReFrame Award voor beste creatieve gebruik van archief, gewonnen door 'Ultraviolette and the Blood-Spitters gang' van Robin Hunzinger. Daarnaast was voor iedere zaal- en online vertoning de Beeld en Geluid-trailer te zien, was er de jaarlijkse Beeld en Geluid-lunch voor Nederlandse en buitenlandse filmmakers en een tweetal inhoudelijke debatten over archiefgebruik.

**WAT KAN JIJ  
MET ONZE  
COLLECTIE?**

Kijk op [beeldengeluid.nl/makers](https://beeldengeluid.nl/makers)

**BEELD EN GELUID**

**O, Collecting Eggs Despite the Times**  
Regie: Pim Zwier, producent: Moondocs

(archiefbeelden uit de collecties van o.a. Beeld en Geluid, NARA en Chronos Media)

Competitie IDFA Award for Best Dutch Film  
Competitie Beeld en Geluid IDFA ReFrame Award

Filmmaker Pim Zwier presenteerde tijdens IDFA zijn documentaire 'O, verzamelen van eieren in weerwil van de tijd'. Zijn film over een verzamelaar van eieren tegen de achtergrond van de naderende oorlog bevat bijna uitsluitend archiefmateriaal en Beeld en Geluid. De film won de IDFA Award voor Beste Regie in de Envision Competition.



© Foto: Bert Verhoeff, Nationaal Archief, Den Haag



Een bijzondere collectie die eind 2021 DAAN instroomde, is de privécollectie van Johan Ferrier. Ferrier – de laatste gouverneur en eerste president van Suriname - filmde zelf met zijn 8mm camera zowel officiële bezoeken aan andere staatshoofden als zijn gezinsleven. Deze films worden door zijn dochter Kathleen Ferrier (en de rest van de familie) in bruikleen gegeven aan het Nationaal Archief Suriname. Beeld en Geluid zorgt er middels een Tenancy-constructie voor dat het materiaal niet alleen veilig en duurzaam wordt gearchiveerd, maar ook in Nederland beschikbaar wordt gesteld voor onderwijs, onderzoek en professioneel hergebruik. Daarnaast zorgt Beeld en Geluid ervoor dat het 8mm-materiaal naar de Nederlandse archiefstandaarden wordt gedigitaliseerd.

## ARCHIEFDIENSTVERLENING

De zogeheten *Tenancy*-dienst van Beeld en Geluid laat andere organisaties gebruik maken van onze expertise en digitale infrastructuur die nodig is om AV-materiaal duurzaam te archiveren, beter vindbaar te maken en beschikbaar te stellen. Deze dienst wordt sinds een paar jaar geboden aan onder andere mediabedrijven, podiumkunstinstituten en erfgoedinstellingen. Grootste afnemers van deze dienst zijn ESPN/Disney en de Tweede Kamer/Nationaal Archief. Zij slaan al jaren hun AV-materiaal in grote getale op bij Beeld en Geluid. In 2021 is er een aantal interessante afnemers van deze dienst bijgekomen. Zo tekende het Nederlands Dans Theater een *Tenancy*-overeenkomst en liet honderden registraties van hun voorstellingen DAAN instromen. Deze prachtige registraties gaan ruim vijftig jaar terug en hiermee is een uniek deel van de Nederlandse cultuurgeschiedenis die via de kanalen van Beeld en Geluid aan te vragen is. Ook maritiem aannemer Koninklijke Van Oord heeft zijn AV-archief ondergebracht in DAAN. Hiermee zijn unieke beelden over de aanleg van stormvloedkeringen, dijken

en hele eilanden raadpleegbaar. Daarnaast heeft Erfgoedpark Batavialand hun AV-collectie maritieme archeologie gearchiveerd bij Beeld en Geluid.

Voor Rechtbank Den Haag archiveren we al sinds het begin van strafproces rond de MH17 de registraties vanuit de zaal. In 2021 leverde Beeld en Geluid een terugkijkfunctie voor nabestaanden en geïnteresseerden van over de hele wereld. Voor de procesdagen waarbij internationale nabestaanden konden spreken, zijn extra taalversies beschikbaar gesteld.

Met het oog op het verbeteren van de dienstverlening is het initiatief genomen om het ISO 27001 certificaat voor informatiebeveiliging te behalen, waar wij in 2021 in zijn geslaagd. Tezamen met het prestigieuze Core Trust Seal-certificering beschikt Beeld en Geluid over de hoogste standaarden op gebied van digitale archivering.

# MEER DAN ALLEEN TELEVISIE

*Naast de toevoegingen aan het archief vanuit onze media-wettelijke taak, richt Beeld en Geluid zich ook op het archiveren van commerciële televisie en nieuwe(re) online media, zoals webvideo's en websites, uit het oogpunt van media-erfgoed.*



Betty Asfalt TV

In 2021 is het aantal geselecteerde webvideo's met maar liefst 311 procent toegenomen ten opzichte van 2020. In totaal zijn er 6.445 video's geselecteerd om aan de collectie toe te voegen, tegenover 1.565 in 2020. Een deel van deze toename is toe te schrijven aan de verdubbeling van het aantal gearchiveerde losse webvideo's. Daarnaast zijn we het afgelopen jaar verder gegaan met het archiveren van video's afkomstig van sociale media platform TikTok. Ook hebben we een start gemaakt met een selectie video's van Instagram. Het gaat nu nog om een relatief beperkte selectie van de laatstgenoemde platforms, maar de verwachting is dat de aantallen in 2022 behoorlijk zullen stijgen. Sinds eind 2020 verzamelen we video's die oorspronkelijk als livestream op YouTube zijn uitgezonden. Denk bijvoorbeeld aan politieke partijcongressen, live vragensessies van bijvoorbeeld Mark Rutte en Hugo de Jonge over het coronabeleid en livestreams van Betty Asfalt TV.

Het collectioneren van webvideo gebeurde tot nu toe hoofdzakelijk door handmatige selectie. Aan het einde van 2020 is een begin gemaakt met het automatisch integraal verwerven van YouTube-kanalen. Deze methode wordt vooralsnog alleen toegepast op kanalen van politieke partijen, het materiaal van

aspirant-omroepen en het YouTube-kanaal van de Universiteit van Nederland.

De grootste toename in het totaal aantal binnengehaalde webvideo's in 2021 is te danken aan de automatische instroom van materiaal van politieke partijen, maatschappelijke organisaties en (aspirant-)omroepen van de NPO. Niet alleen nieuw geplaatste video's van deze kanalen worden voortaan automatisch aan het archief toegevoegd, ook verwerven we met terugwerkende kracht het oudere materiaal.

Onderdeel	2021	2020
Video's kanalen	626	792
Losse video's	892	394
Video's politieke partijen, maatschappelijke organisaties, (aspirant-) omroepen NPO	3.979	37
Video's publieke omroep	516	323
TikTok-video's	373	19
Instagram-video's	59	
<b>Totaal video's</b>	<b>6.445</b>	<b>1.565</b>





THUISONDERWIJS | Zo Pak Ik Het Aan | VLOG

Weinig verbazingwekkend is dat de coronacrisis ook een stempel drukte op de webvideocollectie in 2021. Enkele coronagerelateerde webvideo's die we opnamen in de collectie zijn:

- [THUISONDERWIJS | Zo Pak Ik Het Aan | VLOG \(My Best Self, februari 2021\)](#)

Juliette is schrijver en maakt video's over productiviteit en zelfontwikkeling. Daarnaast houdt ze online dagboeken bij. In deze video filmt ze een dagje uit haar leven tijdens de tweede lockdown. Hoe combineert Juliette haar werk in huis met het thuisonderwijs van haar vierjarige kleuter?

- [7 TIPS om NIET GEK TE WORDEN tijdens corona](#)  
Je bent niet alleen (Lise van Wijk, april 2021) Lockdown hier, avondklok daar, talloze besmettingen. Overal waar je kijkt, lijkt het over het coronavirus te gaan. Niet gek dus dat je er soms even helemaal moedeloos van wordt. Lise geeft in deze video 7 tips voor je mentale gezondheid in deze crisistijd.
- [Help de museumsector! Het waarom en hoe van Thuismuseum.nl - Thuismuseum #introduce](#)  
Cultuurhuizen en musea zijn sinds de coronacrisis plots helemaal leeg. Dit doet alle cultuurliefhebbers enorm veel pijn, maar de culturele instellingen nog meer. Daarom brengt het nieuwe YouTube-kanaal Thuismuseum (van de makers van My Daily Shot of Culture) de musea bij ons thuis.



Doing MÅNESKIN's Makeup!

## OVEREENKOMSTEN

In 2021 hebben we met 27 nieuwe YouTube- TikTok en Instagram- kanalen een overeenkomst afgesloten om een jaarlijkse selectie van hun content op te nemen in ons archief, tegenover 19 overeenkomsten in 2020. In totaal heeft Beeld en Geluid nu met 122 kanalen een overeenkomsten afgesloten. In het oog springende kanalen zijn:

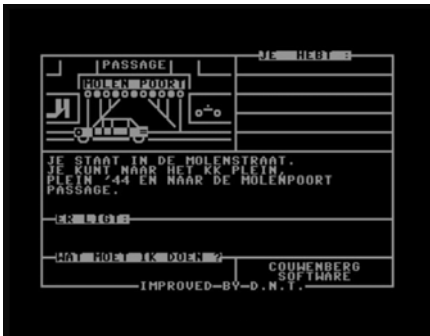
- [Radio 538](#), video's uit de online series Release reacties, Lovers x haters, Fail succes, Binnenpret met, Music memories en losse video's zoals visual radio bij bijzondere radiomomenten.
- [Cultuur in Actie!](#), een nationale demonstratie waarmee aandacht wordt gevraagd voor het belang van de culturele sector tijdens de coronacrisis. Omdat verzamelen op het Malieveld niet altijd mogelijk is, gebeurt dat door livestreams op [www.cultuurinactie.nl](#).
- [Universiteit van Nederland](#), een stichting met als missie om wetenschap toegankelijk te maken voor iedereen. De beste wetenschappers van Nederland geven gratis college op internet over zeer diverse onderwerpen. Van dit kanaal gaan we alle video's binnenhalen (meer dan duizend) en de nieuwe video's stromen automatisch in.

Maar gelukkig speelde er ook genoeg dat niet coronagerelateerd was. Een paar in het oog springende video's:

- [Koningin Wilhelmina aan de harddrugs](#) (A la Bart Producties, oktober 2021)  
Wistje Datje: leuke onbekende geschiedenisfeitjes van één minuut gemaakt in het kader van de Maand van de Geschiedenis in oktober 2021. Wist je dat koningin Wilhelmina tijdens de Tweede Wereldoorlog jarenlang aan de harddrug 'crystal meth' zat?
- [Dit deed je als je een puber in de jaren 80 was](#) (Tis Hier Geen Hotel, april 2021)  
Cabaretières Ellen Dikker en Dianne Liesker maken korte herkenbare humoristische video's over (over)leven met pubers voor [www.tishiergeenhotel.nl](#), het platform van Martine de Vente en Saskia Smith voor iedereen met een puber in huis.
- [Doing MÅNESKIN's Makeup! Eurovision 2021 Winner | NikkieTutorials](#) (NikkieTutorials, juni 2021)  
Nikkie heeft de winnaar van het Eurovisie Songfestival 2021 in de studio! Nikkie spreekt de band over toekomstplannen en ze geeft zanger Damiano een stoere look.

## GAMES

Het aantal videogames dat is toegevoegd aan de collectie is dit jaar flink gestegen. Dit jaar zijn 16 games geacquireerd. Vijf van deze nieuwe titels staan in de Games Canon, waarmee we nu 33 van de 71 Canon games hebben weten te collectioneren.



*Nijmeegs Avontuur, Wim Couwenberg, 1980*

## WEBSITES

De webcollectie is uitgebreid met een 25 nieuwe websites, waarmee de collectie nu 410 websites omvat. Om de meer interactieve websites vast te leggen zijn we begonnen met het uitvoeren van screenrecordings: tijdens het handmatig navigeren door een interactieve website staat er een recorder aan die opneemt wat er op het scherm gebeurt. Het resultaat is een hoge kwaliteit video van de inhoud van de website waarbij het doel is om een algemene indruk te geven van de site. Het voordeel van screenrecordings is dat de meest interactieve websites vastgelegd kunnen worden, inclusief bewegend beeld en geluid. Inmiddels zijn er zo'n 30 screenrecordings gemaakt van verschillende interactieve websites. In verband met de aanbestedingsregels waren we in 2021 verplicht een aanbestedingsprocedure uit te schrijven voor wie onze webarchiveringleverancier zou worden. Uit de procedure is het Amerikaanse "Internet Archive" als beste kandidaat uit de bus gekomen. Internet Archive is het bedrijf achter de bekende wayback machine: een website waarin je kunt struinen tussen miljoenen oude websites.

## SCHENKINGEN

Elk jaar komen diverse bijzondere schenkingen binnen van particulieren en van professionele partijen. In 2021 hebben we 125 schenkingen aangenomen, variërend van audio- en videomateriaal tot bijzondere papier- en objectencollecties. Hieronder bevonden zich de uitgebreide reclamecollectie van koffiefabrikant Douwe Egberts (637 videobanden en films), een pop van Ome Joop uit het iconische programma De Dik Voormekaar Show, de filmtafel van cineast Louis van Gasteren, een enorme filmprojector gebruikt door de Nederlandse marine en de filmcollectie van Jan Johan van der Kam, plantage-eigenaar op Java.

Een aparte vermelding verdient een drietal teruggevonden fragmenten van Ja Zuster, Nee Zuster, de legendarische tv-serie uit de jaren '60 van de vorige eeuw, met de liedjes 'Bello (niet zo trekken)', 'Harry (wat heb je met je haar gedaan?)' en 'Stroei-voei'.

## DIGITALISERING

Het Team Digitalisering heeft in 2021 zoveel mogelijk doorgewerkt in het gebouw en er zijn - ondanks de beperkingen - weer meer dragers gedigitaliseerd dan in 2020. In totaal is er meer dan 5000 uur materiaal vanuit diverse analoge dragers gedigitaliseerd. Naast het digitaliseren van de dagelijkse aanvragen van zakelijke klanten en particulieren, digitaliseert het Team Digitalisering ook film, audio en video dragers van nieuw binnengekomen acquisities en van collectie-onderdelen die nog niet digitaal beschikbaar zijn.



Het absolute hoogtepunt van 2021 vormt de verwerving van de collectie van het Europees Songfestival (ESF). Hiervan hebben we niet alleen de collectie aangevuld met nog ontbrekende edities, maar zijn er ook edities gereconstrueerd door beeld- en radiocommentaar te combineren. Ook hebben we een grote hoeveelheid webvideo, draaiboeken en (decor)objecten toegevoegd aan onze collectie, met als klap op de vuurpijl de pakken van presentator Jan Smit en oud-winnaar Duncan Laurence en de jurken van presentatoren Edsilia Rombley, Chantal Janzen en Nikkie de Jager



# MUZIEKWEB



*Om 0:00 uur op 1 januari 2022 was het zover: Muziekweb, de publieke Spotify, en Beeld en Geluid fuseerden officieel. Dat mooie moment behoort daarmee dus niet tot dit jaarverslag 2021, maar alles wat er is gedaan om dat moment mogelijk te maken wél. In 2021 is namelijk hard gewerkt aan de voorbereidingen van deze voor Nederland belangrijke fusie. Dit is gedaan door een team van medewerkers van Muziekweb en van Beeld en Geluid, alsmede door externe experts en begeleiders.*

Muziek ontspant, inspireert, enthousiasmeert en is een katalysator van herinneringen en sentimenten. Het vormt een integraal onderdeel van ons leven. Iedereen zou dan ook laagdrempelig toegang moeten hebben tot muziek en hierbij niet alleen gestuurd moeten worden door commerciële belangen en algoritmes. Het aanbod van muziek is groter dan ooit, maar daarmee ook de invloed van grote techbedrijven die zich meer en meer mengen in de vraag wat wij leuk of goed zouden moeten vinden. Muziekweb maakt bibliotheekbezoekers al decennia lang onafhankelijk wegwijs in de veelvoud van muziekstijlen, platformen, labels en belangen. De gids- en informatie-functie die Muziekweb biedt, is een groot goed en is het meer dan waard

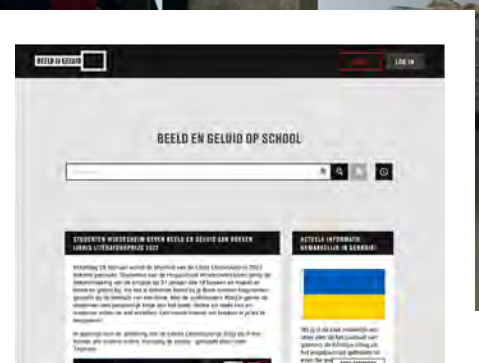
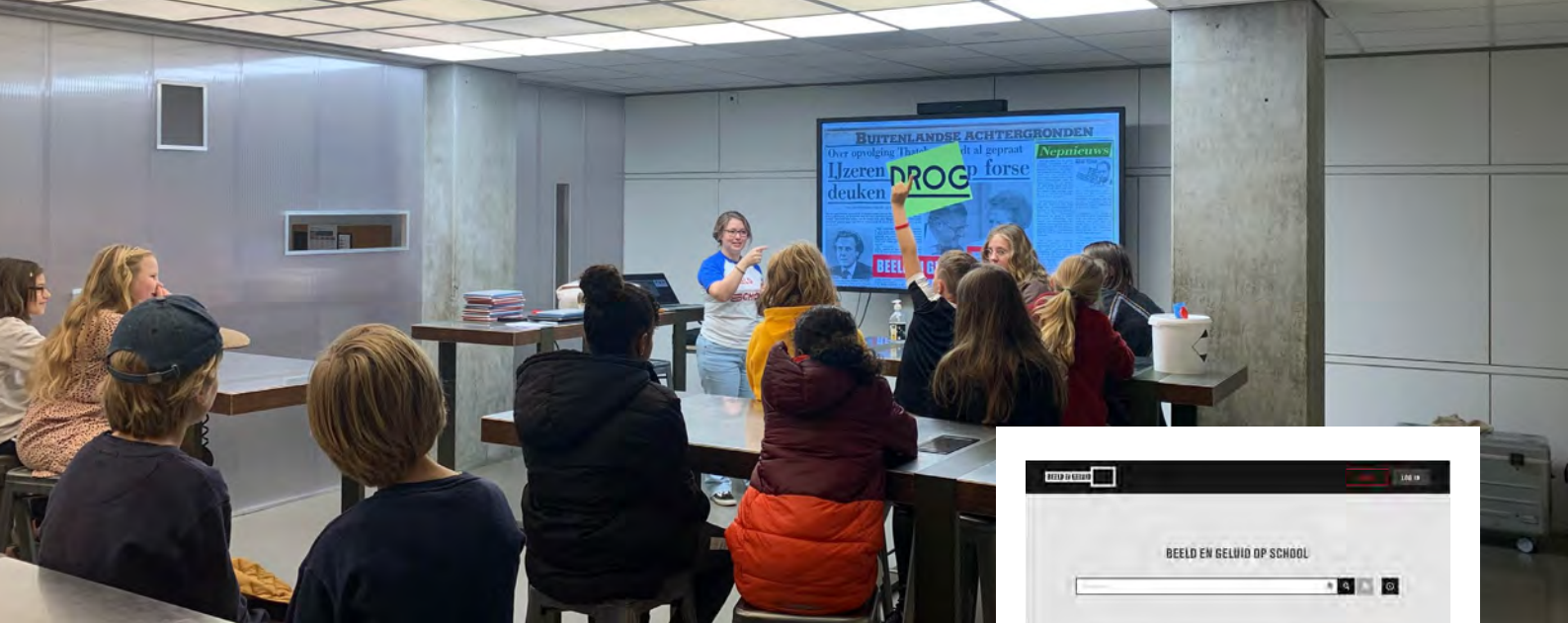
om in de veranderende digitale wereld een duurzame plek te krijgen in het medialandschap. Natuurlijk wel op een eigentijdse en aansprekende manier. Muziekweb en Beeld en Geluid bundelen daarom de krachten om deze taak in stand te houden, te verstevigen, te vernieuwen en op termijn uit te bouwen.

Ook voor het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap is deze dienst van grote waarde. Al in 2020 vroeg Minister Van Engelshoven aan Beeld en Geluid en Muziekweb om de mogelijkheden voor intensieve samenwerking of samengaan te verkennen, om zo de toekomst van Muziekweb te borgen. Dit resulteerde in een visiestuk en later een plan van aanpak waarin Beeld en Geluid

*Fusie Muziekweb en Beeld en Geluid zorgt voor een van de grootste Europese muziekcollecties*

en Muziekweb aangaven dat de meeste winst voor de gebruiker te behalen valt door de krachten definitief te bundelen en over te gaan tot een juridische fusie. Door het samengaan ontstaat er niet alleen een unieke muziekcollectie; door de krachten te bundelen ontstaan er vooral mogelijkheden om de verschillende doelgroepen nog beter te bedienen via de best bezochte publieke instelling van Nederland: de openbare bibliotheek. Daarom zullen we de komende periode werken aan verbeterde digitale dienstverlening, publiekprogrammering rondom muziek en het bestendigen van duurzame toegang tot ons muzikale erfgoed.

In 2021 lag de focus op het maken van de plannen en het doorlopen van de noodzakelijke, al dan niet juridische stappen. In 2022 zal de aandacht vooral liggen op het in elkaar schuiven van de twee organisaties en later het doorontwikkelen van de diensten. Daarbij staat één ding voorop: de gebruiker gaat er op vooruit.



*In 2021 was onze belangrijkste doelstelling voor de doelgroep Onderwijs een landelijk bereik creëren. Dit betekende het online bereik vergroten, het land in met workshops en het bereik van onze Haagse locatie uitbreiden. In een jaar waarin lockdowns de maatschappij en zeker het onderwijs opnieuw parten speelden, mogen we tevreden zijn met de resultaten die zijn behaald op dit vlak. We consolideerden het online gebruik van de media collectie [beeldengeluidopschool.nl](https://beeldengeluidopschool.nl) en er werden workshops gegeven in het hele land waarbij de Mediaschatkist is ingezet in 83 workshops. In Den Haag hebben - ondanks lockdowns - 60 klassen een workshop gevolgd. In 2021 is een start gemaakt met het interactief en mobiel maken van de workshops voor VO en MBO, mede dankzij een in 2020 toegezegde projectbijdrage van Fonds 21 tot loopt tot eind 2023.*

Het huidige onderwijsaanbod van Beeld en Geluid is nog relatief 'jong'; sinds schooljaar 2018/2019 werken we met een nieuw concept. Dit concept is in het afgelopen jaar aangescherpt waarbij inhoudelijke verbeteringen in de producten zijn gemaakt. Ook de marketing wordt steeds effectiever: we weten steeds beter met welke middelen en op welk moment we de doelgroep het beste bereiken. Tenslotte is in 2021 ingezet op de ontwikkeling van producten die aansluiten bij ons nieuwe Mediamuseum, zoals workshops en masterclasses.

## ONDERWIJS ONLINE - BEELDENGELUIDOPSCHOOL.NL

De unieke gratis online media collectie met meer dan 150.000 programmatitels, heeft in dit tweede jaar na de *relaunch* hard aan de positie binnen het overvolle aanbod aan online content voor het onderwijs, gewerkt en met succes. Het online thuisonderwijs heeft een positieve impuls gegeven aan het gebruik van digitale leermiddelen en online media content. Dat de mediacollectie van Beeld en Geluid positie aan het verwerven is binnen het overdadige aanbod van online content voor deze doelgroep, blijkt uit het feit dat 80 procent van de 83.000 bezoekers van de mediacollectie-site nieuw is. De waardering van docenten, studenten en leerlingen voor de collectie en de toepassingsmogelijkheden neemt toe, zo blijkt uit het rapportcijfer dat van 6,2 in 2020 steeg naar een 7,2 in 2021. De technische verbetering van de technische prestaties van de site heeft zeker bijgedragen aan de positieve gebruikerservaring.



2021 is het eerste jaar van onze vijfjarige campagne om de mediacollecție meer bekend te maken onder de onderwijs doelgroep. Dat doen we onder meer door samen met docenten, studenten en leerlingen relevante video- en audiofragmenten te selecteren voor online lesmateriaal over bijvoorbeeld gender, inclusiviteit en postkolonialisme, die we publiceren op LessonUp - een online lessen bibliotheek.

Om het enorme aanbod van de collectie beter te matchen met de vraag van de gebruikers, organiseerden we met de Stichting Leerplanontwikkeling het eerste 'Zoektermen lab' voor het geschiedenisexamen havo/vwo. Hierin worden zoektermen gekoppeld aan relevante items in de collectie, zodat deze beter gevonden worden. Onze inzet was effectief en resulteerde in meer deelnemers aan online groepen op LinkedIn en Facebook (+2000 leden) waar gebruikers elkaar onderling tippen. Ook was er een groei van 600 deelnemers te zien aan onze online trainingen over het gebruik van het platform en inmiddels zijn er vijf hogescholen waarvoor we modules 'Leren met media' ontwikkelden.

Om als media-instituut bij te dragen aan de professionalisering van docenten in het snel digitaliserende onderwijs, lanceerden we de nieuwe Media & Onderwijs Prijs Digitale Didactiek. Het gesprek dat door de uitreiking van deze prijs op gang komt, is een welkome aanvulling volgens de onderwijsspecialisten in de jury: *"Eindelijk even de tijd voor het vakinhoudelijke gesprek over hoe we media kunnen toepassen in het lesgeven."* - Daphne Kronemijer, ROC Friese Poort

Om de positie van het platform te versterken werken we intensief samen met diverse partners uit het onderwijsveld. Naast de partnerschappen met LessonUp en met de Stichting Leerplanontwikkeling en natuurlijk met vele scholen en docenten, werd in 2021 ook een samenwerking gestart met Passionate Bulkboek: een stichting die jongeren op school stimuleert om te gaan lezen. We startten samen met deze stichting het concept 'Beeld en Geluid bij je boek', waarbij leerlingen archiefbeelden konden koppelen aan elf populaire jeugdboeken. Daarmee bereikten we 30.000 leerlingen in het voortgezet onderwijs.

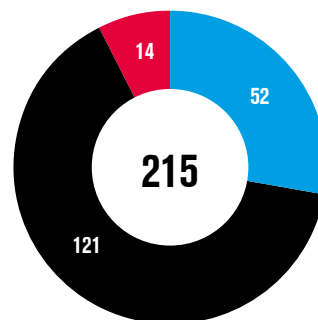
In aanvulling hierop ontwikkelden we het audioformat #DeZin: een uitdaging voor leerlingen om één zin uit hun gelezen boek te kiezen die ze het meest intrigeert, en die keuze in een audiobestand toe te lichten. De Libris Literatuur Prijs is ondertussen ook aangesloten bij dit initiatief. In samenwerking met Leesclub Nescio, bestaande uit zes jongen van vijftien en zestien, haalden we een mediawaarde van meer dan € 150.000 met hun optreden in het programma de Vooravond op NPO 1, waar leden van de leesclub vertelden over archiefmateriaal bij de door hun gekozen boeken.

Voor de Museumvereniging ontwikkelden we tenslotte een serie online workshops, waarin we educatoren van erfgoedinstellingen, kleinere en middelgrote musea hielpen om hun educatieve aanbod te verrijken met historische én actuele audio en video.

## ONDERWIJS ONSITE & OFFSITE

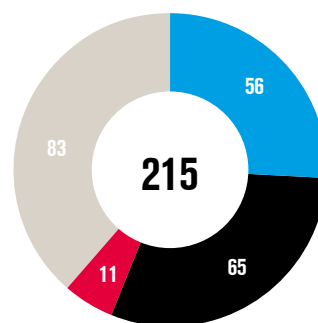
Ondanks de coronacrisis en de sluiting van het museum in Hilversum, hebben we met ons aanbod dit jaar toch 5751 leerlingen bereikt. Een prima resultaat in een jaar waarin maandenlang online onderwijs werd gegeven en scholen last hadden van ziekteverzuim, klassen in quarantaine en leerachterstanden. In totaal gaven we 215 workshops, 19 rondleidingen en reden we 7 keer met de Hillywoodtour. 56 van deze workshops gaven we in Hilversum, dat nog wel beschikbaar was als workshoplocatie, 65 in Den Haag, 11 online en 83 op een externe locatie. We gaven 52 workshops aan het basisonderwijs, 121 aan het VO/MBO en 14 aan het HBO/WO. De keuze om met onze Mediaschatkist het land in te gaan blijkt een goede: inmiddels wordt 40 procent van onze workshops offsite, ofwel buiten het gebouw gegeven. Juist in coronatijd wilden scholen hun reisbewegingen beperken. Een workshop door een museumdocent in de klas bood daarom voor veel scholen uitkomst.

Verdeling workshops naar onderwijsniveau



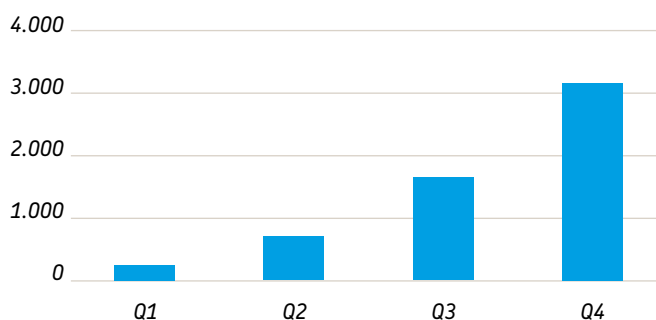
■ Basisonderwijs ■ VO/MBO ■ HBO/WO

Aantal workshops per locatie



■ Hilversum ■ Den Haag ■ Online ■ Extern

Aantal leerlingen versus kwartaal



Leerlingen en docenten zijn enthousiast over de workshops die we aanbieden. De docenten geven de workshops het rapportcijfer 8,0. We zijn in 2021 begonnen met het meten van de waardering door leerlingen. Zij zijn gelukkig ook enthousiast over ons aanbod en geven ons een 7,8. Van de workshops was 'Fake News' de meest populaire; deze werd 73 keer gegeven, gevolgd door 'Newsroom', die 33 keer werd afgenomen. Dat laat zien dat nieuwswijsheid een actueel en urgent thema blijft in een tijd waar desinformatie en fake news ook in Nederland steeds meer alomtegenwoordig is.



## DOCENTEN EN LEERKRACHTEN

In 2021 besloten we ons meer te richten op het opleiden van (toekomstige) docenten en leerkrachten op het gebied van mediawijsheid om de lacune in hun kennis op dat vlak op te lossen. We bereikten 528 pabostudenten en 120 docenten en opleiders met ons aanbod. Daarnaast namen we deel aan een pilot voor het ontwikkelen van de minor Media- en filmeducatie bij de Pabo Leiden. Dit is een samenwerking met EYE, Hogeschool Leiden en Beeld en Geluid. Deze pilot was succesvol en de minor is nu officieel geaccrediteerd. In 2022 zal deze als

landelijke minor worden aangeboden. Ook ontwikkelden we nieuw lesaanbod voor docenten en leerkrachten. Samen met Diversion, een bureau voor maatschappelijke innovatie, ontwikkelden we de docententraining 'Dialogo in tijden van desinformatie'. Een training van twee dagdelen, waar we ingaan op de werking van (nieuws)media en desinformatie en de gevolgen daarvan voor de maatschappij én het klaslokaal. Docenten leren hoe zij het (mogelijk) schurende gesprek over desinformatie en polarisatie in de klas kunnen voeren en faciliteren.

Op het ROC Midden Nederland richting Zorg en Welzijn in Nieuwegein, gaven we een workshop 'Fake News'. De leerlingen op deze opleiding zijn via een lang, vaak moeizaam, vluchtelingentraject op deze opleiding terecht gekomen. De workshop kreeg een extra dimensie toen bleek dat de studenten stuk voor stuk uit landen kwamen waarin het verspreiden van desinformatie vanuit hogerhand aan de orde van de dag was. Dit leverde zulke goede gesprekken op, dat de workshop een nog diepere laag. De noodzaak van het leren herkennen van én het leren nadenken over *fake news* en desinformatie was voor deze groep glashelder.

## SAMEN BEN JE STERKER

Na de afgelopen jaren investeren in en promoten van het vernieuwde onderwijsaanbod, zagen we in 2021 dat partners ons steeds beter weten te vinden voor samenwerking. Door samen met partners op te trekken, bereiken we sneller ons doel van landelijke dekking. We bundelen krachten zodat we met onze huidige middelen een groter bereik kunnen halen.

Zo werkten we met uitgeverij Essener samen voor de lesboeken Digitaal Burger-schap voor het mbo niveau 3-4. Digitaal burgerschap is een nieuw thema binnen het mbo en Beeld en Geluid adviseert hier binnen over de thema's 'De Mediasamenleving' en 'Uitdagingen van de mediasamenleving'. Daarnaast wordt er in de lesboeken verwezen naar het workshopaanbod van Beeld en Geluid.

Gesubsidieerd door de Gemeente Hilversum startten we de pilot Nieuws Lokaal in samenwerking met NH Nieuws, het A. Roland Holst College, studenten Journalistiek aan de Hogeschool Utrecht en media-studenten van MOOS productiehuis van MBO-College Hilversum. Vijftien scholieren hebben zich aangemeld om in de huid te kruipen van journalisten en uiteindelijk een live tv-uitzending te maken van zelfgemaakte nieuwsitems. Beeld en Geluid verzorgden twee lessen over journalistieke principes, nieuwswaarde- en selectie en leerden leerlingen zelf een voxpop maken. Het journaal dat ze hiervan maakten, werd uitgezonden op NH Gooi.

We nemen deel aan het Europese project SMILE. In dit project werken Spaanse, Vlaamse en Nederlandse partners samen aan de ontwikkeling van een lessenserie over desinformatie en fake news, inclusief bijbehorende train de trainer-module voor docenten en bibliothecarissen.

Ongeveer 70 studenten van de Kunst-academie St. Joost in Breda en Den Bosch die *Illustrated* en *Animated Storytelling* studeren, maakten illustraties en animaties waarin ze begrippen uit de mediawijsheid verbeelden. Dit werk leidde





tot een expositie in Beeld en Geluid Den Haag. Het werk zal in onze workshops en marketinguitingen een rol krijgen.

We werkten samen met de Openbare Bibliotheek Amsterdam. In aansluiting op hun expositie 'The Glassroom', over data en privacy, gaven wij de workshops 'Baas in eigen Bubbel' en 'Fake News'.

We werken al enige jaren samen met omroep HUMAN voor het geven van de masterclass 'Medialogica'. Deze masterclass gaat over de mechanismen die schuilgaan achter grote gebeurtenissen in het nieuws en media-hypes. Sinds kort bieden we samen met het Vredespaleis in Den Haag een

arrangement aan, waarbij scholieren starten met een workshop 'Medialogica' in Beeld en Geluid Den Haag en vervolgens het Vredespaleis bezoeken. Daarnaast bieden we de workshop aan als educatief programma bij de theatervoorstelling 'Op Klompen door de Dessa' van Studio Immersief. De 'Medialogica' masterclass behandelt na de theatervoorstelling de rol van media in de beeldvorming rond de politieke acties in Indonesië.

Als laatste startten we in 2021 een samenwerking met de Zilveren Camera. Stagiaire Josca van den Berg ontwikkelde een lesprogramma rond fotojournalistiek voor jongeren in het voortgezet onderwijs.

## FONDSENWERVING

- Een deel van de totale bijdrage van het VSBfonds aan het project 'Een nieuw Mediamuseum voor iedereen' wordt besteed aan de realisatie van de educatieve museumapp voor bezoekende schoolklassen (€30.000).
- De Gemeente Hilversum kende € 9.000 toe voor de pilot van 'Nieuwslokaal Hilversum'.
- Na een succesvolle pilot 'Baas in Eigen Bubbel', een workshop over dataspooren en privacyvraagstukken op het internet, besloot het SIDNfonds een subsidie van € 69.000 toe te kennen voor de verdere realisatie van deze workshop.
- Van het Kickstart Cultuurfonds ontvingen we € 15.000 voor de ontwikkeling van 'The Journalist', een museumspel waarmee leerlingen uit het voortgezet onderwijs door middel van een serious game het museum worden rondgeleid. Ze maken in de game het werk af van een onderzoeksjournalist die een doofpotaffaire op het spoor gekomen is. Aan de leerlingen om er achter te komen wat er precies aan de hand is.



*Nederlands Dans Theater archiveert bij Beeld en Geluid*

## BEELD EN GELUID ALS KNOOPPUNT: AVA\_NET

Het afgelopen jaar is met succes gewerkt aan het verder vergroten van de zichtbaarheid van AVA\_Net: een belangrijk netwerk van audiovisuele collectiehouders in Nederland. In lijn met onze vernieuwde contentstrategie verschijnt er maandelijks een goed gevulde nieuwsbrief voor de AVA\_net leden (archieven, musea, bibliotheken) met interviews, artikelen, *highlights* uit de Kennisbank en aankondigingen vanuit het veld. De redactie van de nieuwsbrief wordt gevormd door collega's uit het netwerk die soms zelf content produceren of artikelideeën aandragen aan Beeld en Geluid. Het maandelijks uitsturen van de nieuwsbrief wordt goed ontvangen door het veld en begint haar vruchten af te werpen. Dit is terug te zien in een toename van het aantal abonnees, het hoge percentage ontvangers dat de nieuwsbrief opent en nieuwe gezichten bij online evenementen van AVA\_Net.

In februari organiseerde AVA\_Net een webinar voor haar achterban met de

titel 'One Step Beyond - doe meer met je online AV-collectie', met bijdragen van het Geheugen van Nederland en Europeana. Het AVA\_Net Symposium met het thema 'Kiezen voor kansen', vond plaats in juni. Tijdens het symposium ontving gepensioneerd Beeld en Geluid

medewerker Annemieke de Jong de eerste AVA\_Net Underscore Award voor haar lange carrière in het AV-erfgoeddomein. Ze kreeg de oeuverprijs digitaal uit handen van voorzitter Harry Romijn van de Domeinraad van AVA\_Net.





## NETWERK DIGITAAL ERFGOED

Het Netwerk Digitaal Erfgoed (NDE) heeft als missie om met alle erfgoedinstellingen in Nederland een stelsel van landelijke voorzieningen en diensten te ontwikkelen voor het verbeteren van de zichtbaarheid, bruikbaarheid en houdbaarheid van digitaal erfgoed. Beeld en Geluid levert als landelijk knooppunt voor de audiovisuele sector binnen NDE een actieve bijdrage aan de Nationale Strategie Digitaal Erfgoed, in het bijzonder rondom de duurzaamheid, uitwisselbaarheid en toegankelijkheid van media en audiovisueel erfgoedmateriaal.

Voor het NDE is Beeld en Geluid dit jaar bezig geweest met verschillende projecten. Zo publiceerden we binnen Dutch Collections for Europe informatie over de digitale objecten van erfgoedinstellingen die onderdeel worden van het NDE Dataset Register. Daarmee wordt de Digitale Collectie beter vindbaar en opent het de deur naar breder gebruik deze Collectie. Verder leverde het NDE software-archiveringsproject een rapport op over het bewaren en emuleren van webbrowsers. Dit rapport brengt ons een belangrijke stap verder in het leren archiveren van webcontent. Daarnaast publiceerden we de tweede versie van de Erfgoedkit, een online *toolbox* om erfgoed digitaal te ontsluiten. In deze tweede versie zijn veel scherpere keuzes gemaakt in de content en is de site uitgerust met een meer eenvoudige menu-structuur.

Voor samenwerking tussen erfgoedinstellingen en de creatieve industrie is ruimte binnen het Makers Programma. Een programma met als doel om kunstenaars, ontwerpers en makers in de breedste zin van het woord te inspireren met en door erfgoed voor het maken van een nieuw werk. Er zijn in totaal vier bijeenkomsten georganiseerd en gewerkt aan een onderzoeksrapport over manieren waarop erfgoedcollecties hergebruikt worden, samen met onderzoekers van de Erasmus Universiteit Rotterdam.

Het laatste kwartaal van 2021 stond grotendeels in het teken van het afronden van het meerjarige programma 'Erfgoed digitaal voor allemaal'. Een programma met een looptijd van 2019 tot 2021, waarvoor het ministerie van OCW een subsidie verstrekke. Het programma bestond uit 9 hoofdprojecten die onderverdeeld waren in 28 deelprojecten op het gebied van houdbaar, bruikbaar en zichtbaar maken van digitaal erfgoed. Ook is actief bijgedragen aan uiteenlopende activiteiten binnen de Maand van het Digitaal Erfgoed, bijvoorbeeld door gastheer te zijn voor de slotbijeenkomst 'Heritage meets Makers' van het Makers Programma. Bij het organiseren van deze dag is samengewerkt met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en Het Nieuwe Instituut.

'Geheugen van Nederland' is een platform waarop in brede zin de verhalen van ons digitale erfgoed worden gedeeld. Beeld en Geluid is één van de participerende erfgoedinstellingen. Het platform is een succes: de publicaties op verschillende social media kanalen leverden 31 miljoen hits op. Dit jaar heeft Geheugen van Nederland haar meerjarenplan uitgewerkt en gedeeld met de participerende erfgoedinstellingen. De ambitie was om in januari 2022 deze nieuwe strategie vast te leggen voor de looptijd van drie jaar, en dat is gelukt. Dit is in lijn met de Nationale Strategie Digitaal Erfgoed.

## PODIUMKUNST.NET

Dit jaar is gestart met een nieuw netwerk: Podiumkunst.net - de schatkamer van collecties uit de podiumkunsten. De initiële periode voor dit project is vier jaar. Podiumkunst.net verbindt de archieven van de Nederlandse podiumkunsten en stelt deze open voor makers, onderzoekers en liefhebbers. Het einddoel is een integraal en toegankelijk digitaal overzicht van het Nederlandse podiumkunst. De organisatie kreeg definitief vorm toen zeven partners - naast Beeld en Geluid ook Stichting Omroep Muziek, Nederlands Jazz Archief, Muziekweb, Allard Pierson, Stichting

Theaterkrant en Stichting Theater in Nederland - de consortiumovereenkomst ondertekenden.

Ter versteviging van de organisatie gingen in 2021 een programmamanager en communicatiemedewerker aan de slag, vanaf januari 2022 is daar een coördinator projecten en activiteiten bijgekomen. Voor de inhoudelijke feedback op de plannen van Podiumkunst.net zijn er twee domeinraden samengesteld, op het gebied van theater en muziek. Daarnaast is nadrukkelijk samenwerking gezocht met collega's in het netwerk, zoals het Netwerk Digitaal Erfgoed (NDE), het Netwerk Archieven Design en Digitale Cultuur (NADD) en het Kennisinstituut voor digitalisering in de cultuursector (DEN).

In 2021 werkten we aan het presenteren van de missie en doelstellingen van Podiumkunst.net. Bijvoorbeeld met de lancering van de website en de sociale mediakanalen en door deel te nemen aan uiteenlopende evenementen, georganiseerd door en met partners binnen Podiumkunst.net. In mei besteedde Theaterkrant Magazine aandacht aan hergebruik van archiefmateriaal uit de podiumkunsten in het themanummer "De Collectieven". Daarin schetst het magazine aan de hand van het oeuvre van theatermaker Jan Joris Lamers hoe jonge makers inspiratie halen uit de theatercollectieven uit de jaren '60 en '70. Ofwel door hergebruik van het toneelrepertoire uit die tijd, ofwel door dit als input te gebruiken voor hun eigen originele werken.

In juni organiseerde Podiumkunst.net samen met De Taalunie de webinar 'De liefde voor muziek'. Het onderwerp was het inventariseren van het Nederlandstalig erfgoed op het gebied van de lichte muziek en hoe dit gezamenlijk te preservareren. In november organiseerde Podiumkunst.net haar eerste eigen netwerkevenement gericht op de podiumkunstensector, waar zes podiumkunstinstellingen hun best practices toonden op het gebied van digitalisering.

## EUROPESE SAMENWERKING IN EUROPEANA

Europeana is in het leven geroepen om Europees digitaal cultureel erfgoed te promoten en te ontsluiten voor toekomstige generaties. Een van de doelen is om Europa's culturele erfgoed beschikbaar te stellen voor hergebruik. Een deel van de Beeld en Geluid collectie is toegankelijk op Europeana via de koppeling met EUscreen, het expertnetwerk voor audiovisueel erfgoed. EUscreen levert een aanzienlijk deel van audiovisueel materiaal en data aan Europeana om zo bij te dragen aan een rijk en divers beeld van het Europese erfgoed.

Beeld en Geluid is sinds de start van Europeana betrokken bij projecten die gericht zijn op het gecureerd aanbieden van erfgoedcollecties. Hieronder worden enkele lopende projecten uitgelicht.

## EUSCREEN

Binnen EUscreen is door een werkgroep gewerkt aan het toegankelijker maken van audiovisueel archiefmateriaal voor docenten en het aanpakken van kwesties als auteursrecht, videokwaliteit en inhoudsbeheer. Dit resulteerde in de publicatie van een *whitepaper* met bevindingen en aanbevelingen. Er is een video gemaakt op de EUscreen-website voor docenten om hen te informeren over EUscreen, Europeana en de voordelen van het gebruik van AV-archiefmateriaal ten behoeve van het onderwijs.



Subtitle-a-thon uitdaging Amsterdam

## EUROPEANA XX

Europeana XX, richt zich op het zichtbaar en toegankelijk maken van twintigste-eeuwse content op het Europeana-platform. In het kader van dit project, gecoördineerd door Beeld en Geluid, is het afgelopen jaar gewerkt aan een aantal online tentoonstellingen en een podcast-serie. Ook heeft het project technische componenten opgeleverd die bijdragen aan de gebruiksvriendelijkheid van het Europeana platform. Tenslotte lanceerde Europeana XX een innovatief project om bezoekers meer te betrekken bij AV-erfgoed: de 'Subtitle-a-thon'. Een challenge waarbij mensen inloggen op een speciaal platform, archiefvideo's zo goed mogelijk moeten ondertitelen en strijden om prijzen.

## EUROPEANA SPORT

Als onderdeel van het Europeana Sport-project zijn er in verschillende Europese landen collectiedagen georganiseerd waar het publiek hun interessante en unieke verhalen en objecten over sport met ons kon delen zodat die onderdeel kunnen worden van de Europeana sportcollectie.

Dit jaar bestaan de Olympische Spelen 125 jaar. Samen met Europeana XX en in samenwerking met sporthistoricus Jurryt van de Vooren is een pop-up tentoonstelling ontwikkeld die gratis te

bezoeken was op vier locaties in het centrum van Den Haag, met de titel 'Olympia aan Zee'. Deze tentoonstelling bevat materiaal van erfgoedinstellingen uit heel Europa en Japan. Ook werkte Beeld en Geluid samen met NOC\*NSF om hun prachtige AV-collectie in Europeana te publiceren. Zo kon het materiaal uit deze collectie in de Olympia aan Zee tentoonstelling opgenomen worden.

## EUROPEANA SUBTITLED

Afgelopen juni lanceerde Europeana het project: 'Europeana Subtitled'. Daarvoor leverden zeven Europese audiovisuele archieven (inclusief Beeld en Geluid) meer dan zesduizend hoogwaardige audiovisuele objecten over sociale, politieke en culturele veranderingen in Europa, van 1930 tot heden, zoals uitgezonden op televisie. Deze worden allemaal toegevoegd aan de database van EUscreen. Door middel van AI-technologie krijgt het audiovisueel materiaal (Engelse) ondertitels. Het project zal ook professionals op het gebied van cultureel erfgoed trainen in het gebruik van technologieën voor automatische spraakherkenning (ASR) en machinevertaling (MT).



Olympia aan zee: 125 jaar Olympische Spelen



## EUROPEANA TRANSLATE

Het 'Europeana Translate'-project is in juni van start gegaan en heeft als doel verbindingen te leggen tussen Europeana en vertaaldiensten ontwikkeld door de Europese Commissie. Deze samenwerking zal de bruikbaarheid van erfgoedbronnen verbeteren door de metadata van meer dan 25 miljoen digitale erfgoedobjecten op Europeana te vertalen.

Het Europeana Translate-project is in juni van start gegaan met als doel verbindingen te leggen tussen Europeana en Automated Translation Digital Service Infrastructures zoals zie door de Europese Commissie ondersteund worden. Dit zal de bruikbaarheid van erfgoedbronnen verbeteren door de metadata van meer dan 25 miljoen records op Europeana te vertalen.

## EUROPEANA CRAFTED

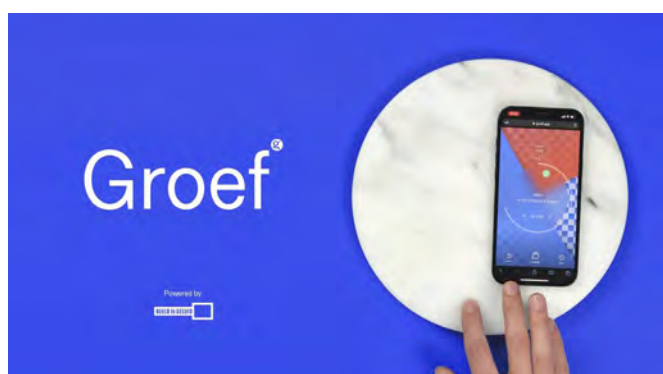
In september 2021 ging 'Europeana Crafted' van start. Dit project ondersteunt de overdracht van Europese ambachten aan toekomstige generaties, door het samenbrengen, verrijken en promoten van materieel ambachtelijk erfgoed en het behoud van immateriële vaardigheden en kennis van ambachtslieden.

## SAMENWERKINGSPROJECTEN MET ERFGOEDINSTELLINGEN

In samenwerking met studenten van het masterprogramma 'Preservation and Presentation of the Moving Image' van de Universiteit van Amsterdam is een casestudy uitgevoerd over documentatie van virtual reality-producties door middel van interviews hierover met makers. Dit is een project in samenwerking met IDFA DocLab.

In september was Beeld en Geluid een van de drie hosts van de 'International Association of Sound and Audiovisual Archives' conferentie. Thema van deze editie was "Closing the gap for a new generation of sound and audiovisual archives".

In september is het landelijke project 'Oral History Knooppunt' van start gegaan; het project loopt een kleine twee jaar. Dit door het Mondriaan Fonds gefinancierde project, geleid door Stichting BMP, werkt aan het opzetten van een fysieke en online platform voor Nederlandse oral history-opnamen en een plek met informatie voor praktijkmensen. Beeld en Geluid is van plan om een centrale plek te worden voor best practices op het gebied van mondelinge geschiedenis en het delen van kennis.



Beeld en Geluid maakt historische platencollectie toegankelijk via Groef.app



Nederlandse gamestudio Vlambeer brengt collectie onder bij Beeld en Geluid

## PERS EN JOURNALISTIEK

# JOURNALISTIEK

# ALISM



## PERSCOLLECTIE EN PROGRAMMERING

De collectie van het voormalige Nederlands Persmuseum wordt grotendeels beheerd door het Internationaal Instituut voor Sociale Geschiedenis te Amsterdam, op basis van een beheersovereenkomst. In 2021 zijn de volgende stappen gezet met betrekking tot de integratie en betere digitale toegankelijkheid van de collectie:

Allereerst opende in 2020 Beeld en Geluid Den Haag, waar thema's die dichtbij de essentie van de perscollectie liggen nader inhoudelijk worden uitgediept. Daarnaast is gestart met een data-migratieproject om het digitale gedeelte van de perscollectie in 2022 in te laten stromen in DAAN, het digitale hart van Beeld en Geluid. De terugvindbaarheid en zichtbaarheid van de perscollectie zal met beide initiatieven in de toekomst flink worden verbeterd. In de vaste expositie van Beeld en Geluid Den Haag worden objecten uit onze collectie rondom de persgeschiedenis en de journalistieke praktijk van nu getoond.

De collectie is aangevuld met analogo en digitaal erfgoed. Diverse archieven werden aangevuld zoals die van cartoonisten Tom Janssen, Henk Gijsbers, Theo Gootjes en Eppo Doeve. Het complete archief van de plotseling overleden Julius Vischjager, 'binnenhofnar' en eigenzinnig journalist, werd in veiligheid gebracht en geïnventariseerd. Noemenswaardig was de opname

*Tijdens 'Cartooning for #PressFreedom' zijn inzendingen uit de World Press Freedom Cartoon Competition te zien. Winnaar was Keyvan Varesi met Rock, Paper, Scissors (Iran).*



van het archief van de alpinist, apotheker en journalist Rudolf Feenstra met daarin documenten rondom zijn werknemerschap bij De Telegraaf ruim honderd jaar geleden.

In de publieksprogrammering en bijeenkomsten voor professionals was er in samenwerking met Beeld en Geluid Den Haag veel aandacht voor journalistiek, onder andere tijdens de Dag van de Persvrijheid, True Stories Festival, Designalism, het Mediacollege van Roel Maalderink, de boekpresentatie van Ron Fresen en het Haags Fotodebat in samenwerking met ANP.

In de eerste helft van het jaar was bij Beeld en Geluid Den Haag de wisseltonstelling 'Cartooning for press freedom' te zien, met een combinatie van actuele internationale cartoons en historische spotprenten uit de collectie. Deze expositie is gerealiseerd in samenwerking met Cartoon Movement, Cartooning for Peace en het ministerie van Buitenlandse Zaken. Met Cartoon Movement is ook het project Evergreen Satire gestart, waarin de interactie wordt bevorderd tussen hedendaagse cartoonisten en archieven, instituten en musea met historische cartooncollecties.



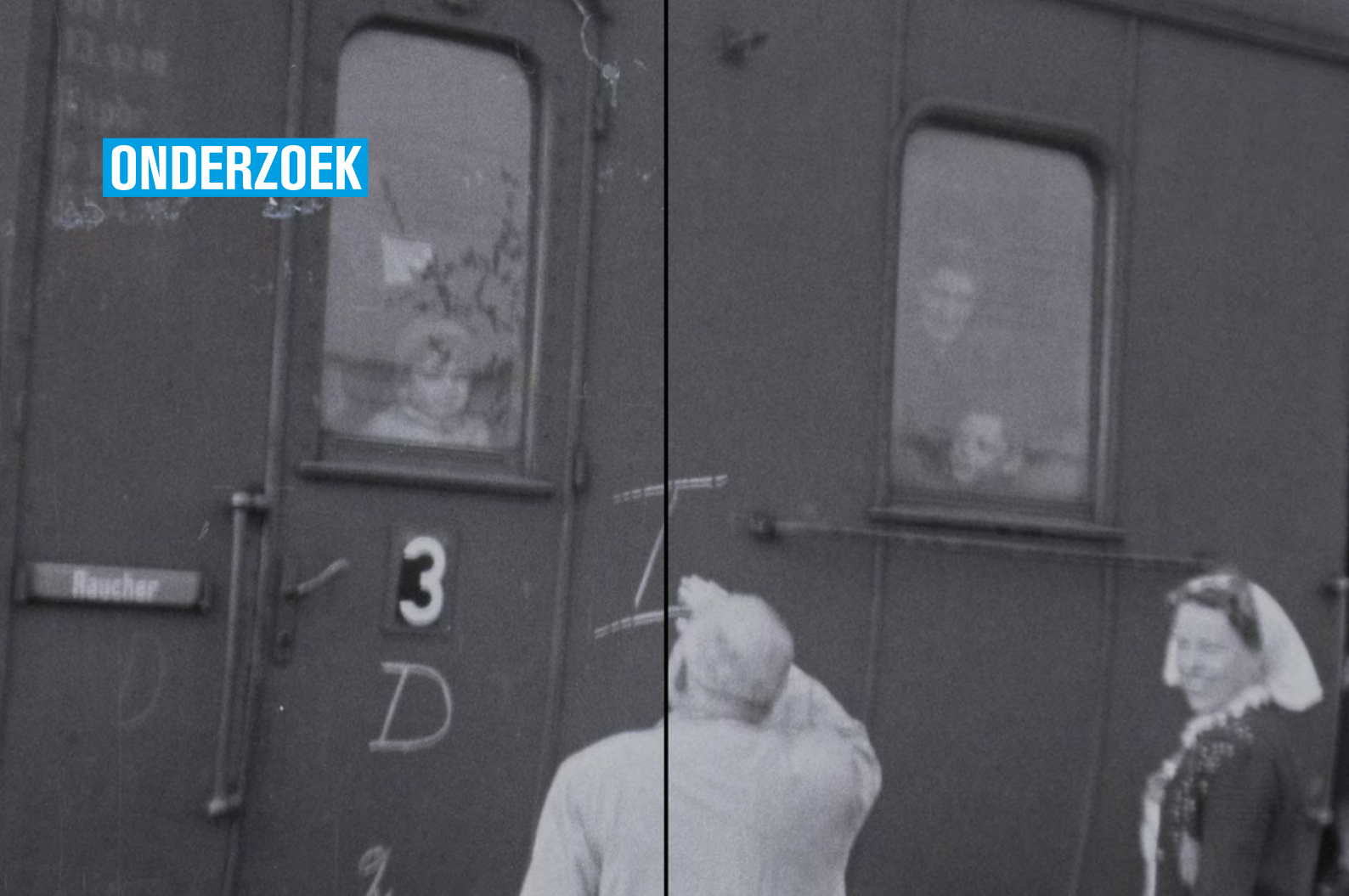
## PROFESSIONALISERING EN KENNISDELING

Naast haar collectie en onderzoekscapaciteit biedt Beeld en Geluid in samenwerking met partners specifieke cursussen aan voor journalisten, studenten journalistiek en onderzoekers. SMILES is een mediawijsheid-project in samenwerking met studiebeursverstrekker Erasmus+, dat jongeren helpt om nepnieuws te bestrijden. Samen met de Koninklijke Bibliotheek, de Haagse Hogeschool, Fundación Goteo / Platoniq, Media and Learning Association en Public Libraries 2030, ontwikkelen we een reeks workshops die worden uitgevoerd in scholen en bibliotheken in Nederland, Spanje en België. Die workshops richten zich op scholieren tussen 12 en 15 jaar. Meer over de onderzoeksprojecten op het gebied van Journalistiek is te lezen in het hoofdstuk Onderzoek.





# ONDERZOEK



Restauratie Westerborkfilm maakt identificatie personen mogelijk

## BEELD EN GELUID LABS

In de Beeld en Geluid Labs is het afgelopen jaar een hoop geëxperimenteerd. De nadruk lag hierbij op het testen hoe moderne technieken zoals AI en Linked Data voor Beeld en Geluid een bijdrage kunnen leveren en toepasbaar zijn in de context van onze eigen datasets en IT-omgeving. Een ander speerpunt was om vanuit een breed collectieperspectief te kijken naar optimalisatie van gebruik en beschikbaarstelling. Dus niet alleen radio- en televisieuitzendingen maar ook *oral history*, sociale media, videomateriaal uit de Tweede Kamer, muziek, tekst, foto's en scans. Daar gaan we het komende jaar in onze Labs mee verder.



## MULTIMEDIAAL EN CROSSMEDIAAL

Naast kennis over de bruikbaarheid en het nut van nieuwe technieken, is in de Labs, zoals hierboven gezegd, praktische kennis en expertise opgedaan over de inzet van deze technieken binnen de context van onze eigen IT-infrastructuur. Dit om goed geïnformeerd te kunnen voorsorteren op voortschrijdende digitale ontwikkelingen en veranderende wensen binnen onze doelgroepen. Specifiek is er vanuit de doelgroep Onderzoek aan vier labs gewerkt:

- De CLARIAH Media Suite is primair bedoeld als onderzoeksinstrument voor wetenschappers die geïnteresseerd zijn in datagedreven onderzoek met mediacollecties die worden beheerd bij instituten in Nederland zoals Beeld en Geluid, Koninklijke Bibliotheek, Eye Film Instituut, DANS en Meertens Instituut. De Media Suite biedt specifieke *tools* waarmee onderzoekers deze gegevens kunnen zoeken, selecteren, bewaren, bekijken, annoteren en vergelijken. Alle onderzoekers, docenten en studenten van Nederlandse universiteiten kunnen met hun universitaire inloggegevens inloggen op de Media Suite. De Media Suite stond aan de basis van de Data Stories; onderzoeken uitgevoerd door teams van data- en mediawetenschappers. De Data Story rondom de vraag wie het meeste spreektijd kreeg tijdens tv-programma's rond de verkiezingen - mannen meer dan vrouwen - kreeg aandacht in verschillende landelijke media.





Polifonia: de soundtrack van onze geschiedenis

- Het Open Data Lab houdt zich bezig met de beschikbaarstelling van de open datacollecties van Beeld en Geluid. Dit lab is geschikt voor experimenten waarmee we een relatief kleine open dataset beschikbaar stellen aan externe partijen die geen toegang hebben tot archiefdata.
- In het AI Labeling Lab creëren we gelabelde datasets voor de evaluatie of het trainen van modellen om informatie uit multimedia data te extraheren. Recentelijk hebben we gewerkt aan het labelen van spraakherkenning in samenwerking met diverse mediapartijen, onder andere NPO en RTL. Verder werkten we samen met de Gemeente Hilversum en Media Perspectives aan labeling van video's door mensen met afstand tot de arbeidsmarkt.
- Het vierde en laatste lab, Immersive Media, richt zich op techniek rond alternatieve vormen van interactie met het archief met behulp van robots of virtual reality. We zijn hier mee gestart naar aanleiding van het project 'Kinderen in Gesprek met Media' om kinderen te laten praten met het archief. Eind 2021 is samen met het Centrum Wiskunde & Informatica (CWI) het project 'MediaScape' opgeleverd dat bezoekers middels *social virtual reality* toegang zal bieden tot een virtuele versie van het nieuwe Mediamuseum.

## NATIONALE- EN INTERNATIONALE SAMENWERKING

In februari is het Cultural AI Lab gelanceerd. Een samenwerking met CWI, het KNAW Humanities Cluster, de Koninklijke Bibliotheek, het Rijksmuseum, TNO, de Universiteit van Amsterdam en de Vrije Universiteit Amsterdam. Gezamenlijk onderzoeken we in verschillende projecten de mogelijkheden om Artificial Intelligence in te zetten voor cultureel onderzoek.

We zijn een samenwerking met TATE en de Preserving Immersive Media Group aangegaan om kennis over het bewaren en beheren van immersieve werken samen te brengen. Afgelopen jaar is in deze context gewerkt aan het vormgeven van een online kennisplatform, PIMG Knowledge Base, dat de komende jaren gevuld zal worden. Een eerste versie van dit platform is gepresenteerd tijdens de 'No Time To Wait' conferentie afgelopen december.

Afgelopen jaar is gewerkt aan het position paper "De Kunst van AI voor iedereen" door de werkgroep Cultuur en Media van de Nederlandse AI Coalitie. Het position paper bevat een innovatieve en een kritische kijk op de toekomst van AI in de cultuur en mediasector. Eppo van Nispen tot Sevenaer heeft deze, als voorzitter van de werkgroep, overhandigd aan Barbera Wolfensberger (directeur-generaal bij het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap).

## WETENSCHAPPELIJKE PUBLICATIES

Beeld en Geluid heeft dit jaar twee edities van het VIEW Journal of European Television History and Culture uitgegeven. Ook gaven we volgens planning een editie uit van het Tijdschrift voor Mediageschiedenis, met als thema *Transnational Journalism History*. Op de website van FIAT/IFTA, de internationale federatie van televisie-archieven, is een rapport gepubliceerd over hoe audiovisuele archieven omgaan met de huidige pandemie en zich voorbereiden op de toekomst, geschreven door door Maria Drabczyk (National Film Archive, Polen) en Johan Oomen (Beeld en Geluid).

Afgelopen oktober verscheen met steun van Beeld en Geluid het boek "De televisie. Een cultuurgeschiedenis" van Huub Wijffjes, bijzonder hoogleraar Geschiedenis van Radio en Televisie aan de Universiteit van Amsterdam. Het is een onmisbaar overzicht van het ontstaan van de Nederlandse televisie en daarmee van zeventig jaar invloed op jongeren, politiek, sport, journalistiek en goede en foute beeldvorming.

## ONDERZOEKSPROJECTEN

Het project Polifonia, onderdeel van het grotere onderzoeksproject Horizon 2020, ging in januari van start. 'Polifonia' is een driejarige Europese project over Europees muzikaal erfgoed en zal nieuwe manieren ontwikkelen om digitale inhoud te onderzoeken, weer te geven en ermee om te gaan, zodat gebruikers kennis kunnen maken met meerdere perspectieven op het erfgoed. Onze rol in het project is om leiding te geven aan de verspreidingsstrategie en kennis en expertise te delen over alle projectactiviteiten.

Een pilot van het meerjarige programma Sounds Familiar is uitgevoerd met steun van het Mondriaan Fonds. In het programma gaan we de komende jaren met onze partners op zoek naar een nieuwe methodiek om meerstemmigheid en dekolonisatie naar het archief te brengen, inclusiever te maken en dit vervolgens in de programmering te presenteren. Dit wordt bereikt door samenwerkingen op te zetten met internationale partners die al verder zijn in het laten zien van meerstemmigheid in hun archiverings- en presentatiepraktijk.

Het Europese project ReTV is met succes afgerond. Het onderzoeksproject heeft gebruikerstoepassingen opgeleverd die aantonen hoe omroepen en media-archieven AI-aangedreven technologieën kunnen gebruiken om hun audiovisuele collecties met meer impact te hergebruiken. Een van de belangrijkste ontwikkelingen is het zogenaamde 'Topics Compass', een online *dashboard* voor visuele gegevensverkenning en analyse. Dat *dashboard* helpt mediaprofessionals bij het bepalen of en hoe ze audiovisuele collecties kunnen hergebruiken en bij het creëren van content door middel van datagestuurde inzichten.

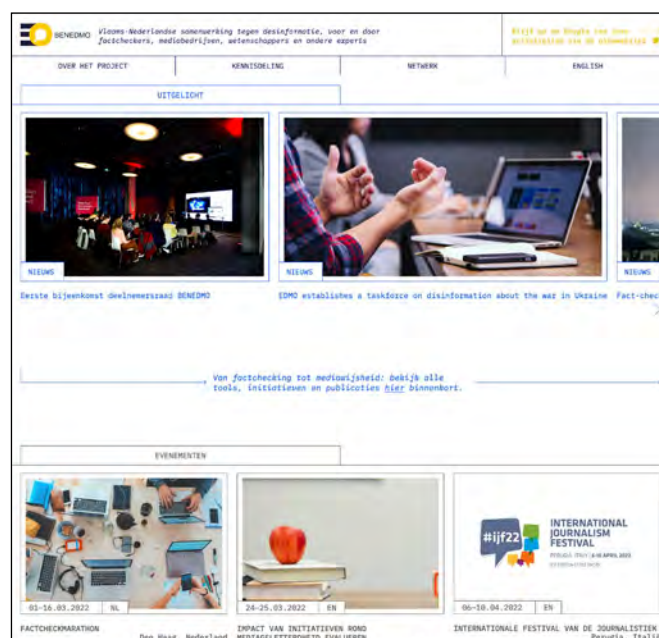
Binnen het Europese project AI4media is begin 2021 samen met onderzoekers gewerkt aan het opstellen van eisen voor het gebruik van AI voor de geesteswetenschappen en sociale wetenschappen. Daarvoor is eind 2021 is begonnen aan de integratie in de CLARIAH-omgeving van de eerste technische modules rond het herkennen van audiofragmenten, ontwikkeld door het Fraunhofer Institute for Digital Media Technology IDMT.

Beeld en Geluid is betrokken bij twee EU-onderzoeksprojecten die in 2021 zijn gestart: Polyvocal Interpretation of Contested Colonial Heritage (PICCH) en Decolonising South East Asian Sound Archives (DeCoSEAS). Beide projecten hebben een looptijd van twee jaar, waarin we twee postdoc-onderzoekers verwelkomen, workshops over deze thematiek helpen ontwikkelen en in het algemeen het onderzoekswerk ondersteunen. Het PICCH-project zal onderzoeken hoe archiefmateriaal kritisch kan worden geherinterpreteerd om de basis te vormen voor een toekomstige inclusieve samenleving.

Eind 2021 werd bekend dat een onderzoeksproject op het gebied van *oral history* gefinancierd gaat worden binnen de NWO-regeling Museumbeurzen. Dit project, genaamd 'Rewind and Record: Preserving the People's History' richt zich op de vraag hoe een archief ervoor kan zorgen dat het voor iedereen mogelijk is om in de geschiedenis te duiken en nieuwe verhalen te delen en dat tegelijkertijd die verhalen op een betrouwbare en veilige manier worden bewaard.

Het project 'Mediaoorlog: radio, geschreven pers en propaganda tijdens de Tweede Wereldoorlog in Nederland' is van start gegaan. Dit onderzoek wordt gecoördineerd door Vincent Kuitenbrouwer, historicus aan de Universiteit van Amsterdam, en is gefinancierd

door het Mondriaan Fonds in kader van het programma 75 jaar Vrijheid. Het project onderzoekt de interactie tussen de propagandanarratieven van aanhangers van het naziregime en aanhangers van de geallieerden aan de hand van gedigitaliseerde mediabronnen. In de eerste fase van het onderzoek zullen nieuw gedigitaliseerde bronnen worden toegevoegd aan de online databank CLARIAH Media Suite die hiervoor zal worden verrijkt met nieuwe software.



## BENEDMO - EUROPEAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY

BENEDMO is de Vlaams-Nederlandse netwerk van de European Digital Media Observatory (EDMO). Het samenwerkingsverband bestaat uit Beeld en Geluid, Universiteit Leiden, Katholieke Universiteit Leuven, Universiteit van Amsterdam, Bellingcat, Textgain, VRT en ANP. Het consortium ambieert de verspreiding van desinformatie in te perken door middel van het publiceren van factchecks en de ontwikkeling van methodes en tools om desinformatie op te sporen. Verder doet BENEDMO academisch onderzoek naar de impact van *factchecks*, organiseert het activiteiten om zowel journalisten als het brede publiek mediawijzer te maken en het is het bezig met het opzetten van een netwerk van desinformatie-experts. Dit project is gefinancierd door De Europese Commissie.





## ONDERZOEKSPROJECTEN OP HET GEBIED VAN JOURNALISTIEK

Het Designing Responsible AI Media Applications (DRAMA) project is dit jaar gestart, met steun uit de subsidieregeling RAAK. DRAMA onderzoekt de verantwoorde inzet van AI voor de mediasector. Het samenwerkingsverband is opgebouwd uit drie hogescholen (Rotterdam, Utrecht en Amsterdam), vier mediaorganisaties (NPO, VPRO, Beeld en Geluid, RTL) en een netwerkorganisatie (Media Perspectives). Deze groep is aangevuld met extra partners uit de mediasector om de betrokkenheid bij het onderzoek te vergroten. .

Beeld en Geluid is een van de kernpartners in het 'AI, Media & Democracy ELSA Lab', een samenwerking van de Universiteit van Amsterdam (projectleider), Hogeschool van Amsterdam en het Centrum Wiskunde & Informatica. Binnen dit lab wordt de impact van AI op de democratische functie van media onderzocht. Samen met journalisten, mediaprofessionals, ontwerpers, burgers, onderzoekers en publieke en maatschappelijke partners ontwikkelt en test het lab waardegedreven, mensgerichte AI-toepassingen en ethische en juridische kaders voor verantwoord gebruik van AI. De partners zijn, naast de drie eerder genoemde kennisinstellingen: RTL, DPG Media, NPO, Beeld en Geluid, Media Perspectives, NEMO Kennislink, Waag Society, Gemeente Amsterdam, Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Commissariaat van de Media, Hogeschool Utrecht, Universiteit Utrecht, Cultural AI Lab, Koninklijke Bibliotheek, BBC en het Bayerischer Rundfunk AI Lab.

Het project 'Documenting complexity: Intersections of Documentary, Activism and Technological Innovation' is in 2021 afgerond. Binnen dit project is onderzocht hoe de inzet van innovatieve technieken zoals *virtual reality*, *augmented reality*, 360°-camera's, drones, action-cams, en 24/7 livestreams de vorm en inhoud van documentaires beïnvloedt. In 2021 werden tussentijdse resultaten gepresenteerd tijdens een event bij Beeld en Geluid Den Haag.

In 'RE-FRAME Iconisering en framing in het (her)gebruik van digitale bronnen en tools in audiovisuele journalistiek' wordt

het hergebruik van bronnen onderzocht in de constructie van journalistieke verhalen. Het project wordt uitgevoerd binnen het Instituut voor Cultuurwetenschappelijk Onderzoek aan de Universiteit Utrecht en is onderdeel van het Cultural AI Lab. De presentaties van de projectuitkomsten zullen in Beeld en Geluid Den Haag plaatsvinden.

'Rethinking News Algorithms: Nudging Users Towards Diverse News Exposure' is een samenwerking met de TU Delft, Universiteit Leiden en de VU Amsterdam en richt zich op de ontwikkeling van aanbevelingssystemen voor consumenten die verschillende invalshoeken van online nieuwsaanbod ondersteunen. Het onderzoek naar de werking van deze systemen is van groot belang omdat deze meer en meer bepalen wat eindgebruikers van media platforms te zien krijgen. Beeld en Geluid vindt het belangrijk onderzoek te doen en zo kennis op te bouwen rondom de werking van deze algoritmen, zodat consumenten meer inzicht krijgen in de werking van zogenaamde 'big tech' platformen zoals YouTube, Meta en Netflix.

Het onderzoeksproject 'Nieuwsslider' - in samenwerking met Studio Cream on Chrome, ID Fuse, Lectoraat journalistieke innovatie van Fontys Hogeschool en Journallab - ambieert om de rijke archieven van Beeld en Geluid beter en slimmer te ontsluiten, opdat dit archief door journalisten beter benut wordt voor het duiden van het nieuws van vandaag en morgen. Dit gebeurt door inzet van opkomende technologieën als artificiële intelligentie (AI) en *natural language generation* (NLG). Zo kunnen journalisten makkelijker zoeken door het archief en het nieuws beter contextualiseren.

In 2022 bestaat VPRO Tegenlicht 20 jaar. Met het project 'Archief van de Toekomst' gaan Beeld en Geluid en Tegenlicht - in samenwerking met Het Nieuwe Instituut in Rotterdam, kunstenaar en informatieontwerper Richard Vijgen en zes regionale erfgoedinstellingen - onderzoeken hoe het archief van de toekomst er uit zou kunnen zien. In een interactieve installatie wordt het omvangrijke Tegenlicht archief door inzet van AI op speelse en interactieve wijze gepresenteerd. De installatie zal in 2022 ook in Beeld en Geluid Den Haag te zien zijn.



JE SUIS  
CHARLIE



Het bericht is waar!

De titel van dit bericht klinkt vreemd, maar is toch waar. Twijfel je aan een bericht? Check dan waar het bericht vandaan komt. Komt het van een betrouwbare nieuwsbron of van een onduidelijke website? Er zijn sites waar je kunt checken of iets nepnieuws is, zo kun je direct zien of nieuws te vertrouwen is.