



Bewaring en Ontsluiting van Multimediale data in Vlaanderen

Werkpakket 5: ARCHITECTUUR DIGITALE BEWARING EN ONTSLUITING Deeltaak 5.2: DISTRIBUTIEMODALITEITEN

14 december 2008

Lien Mostmans (onderzoek en redactie)
Eva Van Passel, Gert Nulens

Met medewerking van de consortiumpartners vertegenwoordigd in WP5:
Videohouse — IBBT/SMIT — BAM — Ring TV — FocusWTV — Comsof —
VMMa — Vitaya — VRT Medialab — IBBT/MMLab — IBBT/ICRI

Inhoudsopgave

A. Inleiding	8
B. Distributie van audiovisuele content: een greep uit internationale best practices	10
1. Beeld en Geluid (Nederland)	10
1.1. Achtergrond.....	10
1.2. Doelgroep.....	11
1.3. Ontsluiting.....	11
1.3.1. Collectie.....	11
1.3.2. Platformen en contextualisering.....	12
1.3.3. Rechtenproblematiek	19
1.4. Betalingsmodaliteiten.....	19
2. NostalgieNet (Nederland)	22
2.1. Achtergrond.....	22
2.2. Doelgroep.....	23
2.3. Ontsluiting.....	23
2.3.1. Collectie.....	23
2.3.2. Platformen en contextualisering.....	23
2.3.3. Rechtenproblematiek	25
2.4. Betalingsmodaliteiten.....	25
3. Gronings Audiovisueel Archief (GAVA) (Nederland)	26
3.1. Achtergrond.....	26
3.2. Doelgroep.....	26
3.3. Ontsluiting.....	26
3.3.1. Collectie.....	26
3.3.2. Platformen en contextualisering.....	27
3.3.3. Rechtenproblematiek	28
3.4. Betalingsmodaliteiten.....	28
4. Poparchief Groningen (Nederland)	29
4.1. Achtergrond.....	29
4.2. Doelgroep.....	29
4.3. Ontsluiting.....	29
4.3.1. Collectie.....	29
4.3.2. Platformen en contextualisering.....	30
4.3.3. Rechtenproblematiek	31
4.4. Betalingsmodaliteiten.....	31
5. Tresoar (Nederland)	32
5.1. Achtergrond	32
5.2. Doelgroep.....	32
5.3. Ontsluiting.....	33
5.3.1. Collectie.....	33
5.3.2. Platformen en contextualisering.....	34
5.3.3. Rechtenproblematiek	37
5.4. Betalingsmodaliteiten.....	37
6. Cultureplayer (Nederland)	38
6.1. Achtergrond.....	38
6.2. Doelgroep.....	38
6.3. Ontsluiting.....	39
6.3.1. Rechtenproblematiek	40
6.4. Betalingsmodaliteiten.....	40
7. SURFnet (Nederland)	41
7.1. Achtergrond.....	41
7.2. Doelgroep.....	41
7.3. Ontsluiting.....	42
7.3.1. Collectie.....	42
7.3.2. Platformen en contextualisering.....	42

7.3.3. Rechtenproblematiek	43
7.4. Betalingsmodaliteiten.....	43
8. L'Institut National de l'audiovisuel (INA) (Frankrijk)	44
8.1. Achtergrond.....	44
8.2. Doelgroep.....	44
8.3. Ontsluiting.....	44
8.3.1. Collectie.....	44
8.3.2. Platformen en contextualisering.....	45
8.3.3. Rechtenproblematiek	50
8.4. Betalingsmodaliteiten.....	50
9. Österreichische Mediathek (Oostenrijk).....	52
9.1. Achtergrond.....	52
9.2. Doelgroep.....	53
9.3. Ontsluiting.....	53
9.3.1. Collectie.....	53
9.3.2. Platformen en contextualisering.....	53
9.3.3. Rechtenproblematiek	56
9.4. Betalingsmodaliteiten.....	56
10. Visual Arts Data Service (VADS) (Groot-Brittanië)	57
10.1. Achtergrond.....	57
10.2. Doelgroep.....	57
10.3. Ontsluiting	58
10.3.1. Collectie.....	58
10.3.2. Platformen en contextualisering.....	58
10.3.3. Rechtenproblematiek.....	60
10.4. Betalingsmodaliteiten.....	60
11. Museum On The Go (Liechtenstein).....	61
11.1. Achtergrond	61
11.2. Doelgroep.....	61
11.3. Ontsluiting	61
11.3.1. Collectie.....	61
11.3.2. Platformen en contextualisering.....	62
11.3.3. Rechtenproblematiek.....	62
12. ZDF Enterprises (Duitsland).....	64
12.1. Achtergrond	64
12.2. Doelgroep.....	64
12.3. Ontsluiting	64
12.3.1. Collectie.....	64
12.3.2. Platformen en contextualisering.....	65
12.3.3. Rechtenproblematiek.....	66
12.4. Betalingsmodaliteiten.....	67
13. Metropolitan Opera live in HD (Verenigde Staten)	68
13.1. Achtergrond	68
13.2. Doelgroep.....	69
13.3. Ontsluiting	69
13.3.1. Collectie.....	69
13.3.2. Platformen en contextualisering.....	70
13.3.3. Rechtenproblematiek.....	72
13.4. Betalingsmodaliteiten.....	72
14. Besluit.....	73
C. Schematisch overzicht van de omgevingsanalyse (matrix).....	74
D. Naar distributiemodellen... een aantal modaliteiten	84
1. Contextualisering.....	84
1.1. Structurele contextualisering.....	84
1.2. Inhoudelijke contextualisering.....	85

1.3. Gebruikerscontextualisering	87
2. Inkomstenstromen en revenuemodellen	89
2.1. Niet-contentgebonden inkomsten (vanuit aanbieders-perspectief)	89
2.1.1. Overheidssteun	89
2.1.2. Commerciële inkomstgenererende praktijken	90
2.1.3. Inkomstenstromen en het gratis-verhaal	91
2.2. Contentgebonden revenuemodellen (vanuit gebruikers-perspectief)	92
2.2.1. Gratis model	92
2.2.2. Free & added value model	93
2.2.3. Clicks-and-bricks model	94
2.2.4. Pay-per-order model	95
2.2.5. Subscriptie- en licentiemodel	97
2.2.6. Prepaidmodel	99
3. Besluit	101
E. Referenties	102
1. Lijst van websites van besproken projecten en cases	102
2. Bronnenlijst	103
3. Bijlagen	105

Lijst van afbeeldingen

<i>AFBEELDING 1: SCREENSHOT SCHOOLTV BEELDBANK</i>	14
<i>AFBEELDING 2: SCREENSHOT TELEBLIK</i>	15
<i>AFBEELDING 3: SCREENSHOT ACADEMIA</i>	16
<i>AFBEELDING 4: SCREENSHOTS BEELD EN GELUID (L.) OP YOU TUBE (R.)</i>	17
<i>AFBEELDING 5: SCREENSHOT FONOS</i>	19
<i>AFBEELDING 6: SCREENSHOT VIDEOTHEEK NOSTALGIENET</i>	24
<i>AFBEELDING 7: SCREENSHOT MIJN NOSTALGIE</i>	24
<i>AFBEELDING 8: SCREENSHOT BEELDMATERIAAL OP GAVA</i>	28
<i>AFBEELDING 9: SCREENSHOT POPARCHIEF GRONINGEN</i>	31
<i>AFBEELDING 10: SCREENSHOT VOLWASSENENPORTAAL TRESOAR</i>	34
<i>AFBEELDING 11: SCREENSHOT JONG TRESOAR</i>	37
<i>AFBEELDING 12: SCREENSHOT (BOVEN) EN DETAIL (ONDER) VAN HET STREAMING CONCERT VAN COCOROSIE IN HET CONCERTGEBOUW IN SAMENWERKING MET ONDER ANDERE CULTUREPLAYER</i>	40
<i>AFBEELDING 13: SCREENSHOTS VAN HET PROFESSIONEEL EN UNIVERSITAIR PLATFORM VAN INA</i>	46
<i>AFBEELDING 14: SCREENSHOT KARAOKEFUNCTIE PLACE AUX CHANSONS</i>	48
<i>AFBEELDING 15: SCREENSHOT VAN HET INA OP YOU TUBE</i>	49
<i>AFBEELDING 16: SCREENSHOTS VAN DE TARIEVEN (L.) EN DE BETAALSITE (R.) VAN HET INA</i>	50
<i>AFBEELDING 17: SCREENSHOT VAN DE PREPAIDMOGELIJKHEDEN VAN HET INA</i>	51
<i>AFBEELDING 18: SCREENSHOT DATABANK VADS</i>	59
<i>AFBEELDING 19: SCREENSHOT VAN DE BETAALSITE VAN MUSEUM ON THE GO</i>	63
<i>AFBEELDING 20: SCREENSHOT VAN DE PROGRAM SALES-TAB BINNEN DE ZDF ENTERPRISES WEBSITE</i>	65
<i>AFBEELDING 21: SCREENSHOT VAN ZDF MEDIATHEK</i>	66
<i>AFBEELDING 22: SCREENSHOT VAN EEN LESPAKKET OVER DE OPERA MACBETH</i>	71
<i>AFBEELDING 23: SCREENSHOT VAN DE BETAALSITE VAN METROPOLITAN OPERA</i>	72
<i>AFBEELDING 24: SCREENSHOT VAN STRUCTURELE CONTEXTUALISERING OP PLACE AUX CHANSONS (INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL)</i>	84
<i>AFBEELDING 25: SCREENSHOTS VAN STRUCTURELE CONTEXTUALISERING DOOR POPARCHIEF GRONINGEN (L.) EN TRESOAR (R.)</i>	85
<i>AFBEELDING 26: SCREENSHOTS VAN INHOUDELIJKE CONTEXTUALISERING OP DE EXTERNE WEBSITES ZELF VAN DE ÖSTERREICHISCHE MEDIATHEK: HET MOZARTPLATFORM (L.) EN HET RADIOPLATFORM (R.)</i>	86
<i>AFBEELDING 27: SCREENSHOTS VAN INHOUDELIJKE CONTEXTUALISERING OP FONOS (L.) VIA HYPERLINKING NAAR HET NEDERLANDS POP INSTITUUT (R.)</i>	86
<i>AFBEEDING 28: SCREENSHOTS VAN EEN LESPAKKET (SAMENVATTING, HOOGTEPUNTEN, INTERACTIEVE OPDRACHTEN, ENZ.) VAN METROPOLITAN OPERA OVER DE OPERA MACBETH</i>	87

AFBEELDING 29: SCREENSHOT VAN DE OPERAVOORSTELLING LA BOHÈME IN DE MET-PLAYER..... 87

AFBEELDING 30: DETAIL VAN SCREENSHOT VAN FLICKR..... 87

AFBEELDING 31: SCREENSHOTS VAN HET INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL (L.) EN HET FONOSFORUM (R.)..... 88

AFBEELDING 32: SCREENSHOTS VAN BEELD EN GELUID (L.) OP YOUTUBE (R.) 88

AFBEELDING 33: SCREENSHOT VAN PREVIEW MUSEUM ON THE GO..... 94

AFBEELDING 34: SCREENSHOT (L.) EN DETAIL (R.) VAN BEELDMATERIAAL VAN HET INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL 94

AFBEELDING 35: SCREENSHOT VAN DE BETAALSITE VAN HET FRIES FOTOARCHIEF (TRESOAR) 95

AFBEELDING 36: SCREENSHOT VAN DE BETAALSITE VAN METROPOLITAN OPERA..... 96

AFBEELDING 37: SCREENSHOT VAN DE BETAALSITE VAN MUSEUM ON THE GO 97

AFBEELDING 38: SCREENSHOT VAN PAY-PER-ORDER STREAMINGDIENST MET-PLAYER . 97

AFBEELDING 39: SCREENSHOT VAN DE REGISTRATIEPAGINA VAN TELEBLIK 99

AFBEELDING 40: SCREENSHOT VAN DE HUURPRIJZEN VAN HET INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL 99

AFBEELDING 41: SCREENSHOTS VAN HET BETALINGSPORTAAL VAN HET INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL 100

A. Inleiding

De algemene doelstelling van WP5 'Architectuur voor digitale bewaring en ontsluiting' in het BOM-VL project omvat het formuleren van concrete richtlijnen inzake de distributie van multimediale content in Vlaanderen. Daartoe wordt onderzocht wat het aanbod is, wat mogelijke distributiekanaal zijn en hoe de content voor specifieke doelgroepen ontsloten kan worden. Dit rapport omvat een omgevingsanalyse van die mogelijke distributiekanaal en –platforms. Het toont hoe diverse Europese actoren experimenteren met de ontsluiting van content vanuit een archief en welke business modellen zij daarvoor inzetten. De belangrijkste doelstelling van dit rapport is de diversiteit van de gebruikte modellen te illustreren. Een volgende stap in het onderzoek betreft de terugkoppeling van deze modellen naar een Vlaamse context. Op die manier wordt de haalbaarheid van modellen binnen internationale cases getoetst aan de Vlaamse context.

Voorgaande onderzoeken in het kader van IBBT-projecten hebben reeds gedeeltelijk in kaart gebracht wat bepaalde gebruikersgroepen in Vlaanderen wensen wat betreft het opslaan, distribueren en consumeren van multimediale content die belangrijk Vlaams audiovisueel erfgoed omvat (IPEA, dec. 2005 – jan. 2006; POKUMON, april 2007 – maart 2009; Erfgoed 2.0-project, jan. 2007 – dec. 2008). Deze onderzoeken zetten reeds de basis voor het verder ontwikkelen van modellen voor het bewaren en ontsluiten van audiovisueel materiaal. In deze deeltaak worden met name de distributiemogelijkheden inzake multimediale content naar geïnteresseerde doelgroepen zoals het onderwijs, de culturele sector en het brede publiek verder onderzocht.

Om tot een operationeel model voor de ontsluiting van content te komen, wordt in deze fase van werkpakket 5 in eerste instantie een omgevingsanalyse uitgevoerd (sept.-nov. 2008). Aan de hand van een doorlichting van internationale cases worden bestaande distributieplatformen in kaart gebracht. Hierbij wordt in de eerste plaats de websites van de instellingen bestudeerd. Alle websites werden het laatst geconsulteerd in de loop van november 2008. Wanneer die doorlichting onvoldoende relevante informatie oplevert, worden contactpersonen binnen de instellingen via e-mail gecontacteerd (zie bijlage 1).

Het mag duidelijk zijn dat dit overzicht geenszins kwantitatief exhaustief is. Bij de selectie van de cases wordt in eerste instantie een zo groot mogelijke diversiteit in distributiemodaliteiten nagestreefd. Er wordt gekozen om voor elk van deze cases verschillende aspecten aangaande de distributiemodaliteiten en de ontsluiting van content te belichten. Elke case wordt eerst algemeen gekaderd. Daarbij zal speciale aandacht besteed worden aan de soort van content of diensten die zij aanbieden en de financiële steun die zij verwerven. Voorts worden bij elke case de doelgroepen onderscheiden; doorgaans gaat het om ontsluiting voor het onderwijs (educatief), de culturele en creatieve sectoren (sectorieel), het brede publiek (generalistisch), of een combinatie. Vervolgens wordt de ontsluiting van de content met meer precisie onder de loep genomen: (1) over

welke collecties (fysiek en online) beschikt de instelling, (2) via welke platformen worden deze verspreid en gecontextualiseerd en (3) hoe gaat de instelling om met de rechtenproblematiek? Ten slotte worden de geldende betalingsmodaliteiten voor elke case bestudeerd. Deze bevindingen worden bovendien in een matrix gegoten, die als een schematisch overzicht kan opgevat worden van de omgevingsanalyse.

Uit de cases worden een aantal voorname bevindingen gedistilleerd, die in een volgende onderzoeksfase worden voorgelegd aan Vlaamse stakeholders. Via informanteninterviews worden de mogelijkheden binnen de verschillende subsectoren in kaart gebracht en beoordeeld. Op die manier zal dit onderzoek leiden tot een sector-getoetst overzicht van distributiemodaliteiten binnen de audiovisuele content industrie.

B. Distributie van audiovisuele content: een greep uit internationale best practices

In wat volgt, wordt een overzicht gegeven van 13 internationale – voornamelijk Europese – cases die volgens ons een provisorisch inzicht verschaffen in de manier waarop audiovisuele content momenteel ontsloten en gedistribueerd wordt. De geselecteerde voorbeelden hebben een verschillende achtergrond, onder meer inzake schaal, financiële middelen en herkomst, om, zoals reeds vermeld in de inleiding, een zo breed mogelijk spectrum aan distributiemodaliteiten te verkrijgen.

1. Beeld en Geluid (Nederland)

Website: <http://portal.beeldengeluid.nl/>; <http://www.schooltv.nl/beeldbank/>;
<http://www.teleblik.nl/>; <http://www.academia.nl/>;
<http://www.beeldenvoordetoeekomst.nl/>; <http://www.pilotomp.nl/webtv2/home>
<http://www.fonos.nl/>

1.1. Achtergrond

Algemeen

Het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid (NIBG) is in 1996 ontstaan uit een fusie. De kernopdracht van Beeld en Geluid wordt door de instelling omschreven als '*het ontwikkelen van een infrastructuur voor het beheer en behoud van het nationale audiovisuele erfgoed en het vergroten van het tot dan toe uiterst beperkte bereik van de collecties*'. Het instituut participeert in verscheidene (inter)nationale wetenschappelijke samenwerkingsverbanden en heeft een uitgesproken educatief luik ingebouwd in zijn opzet. Beide activiteiten houden in en/of hebben als gevolg dat de audiovisuele content van Beeld en Geluid veelvuldig online verspreid wordt.

Content

Beeld en Geluid verzamelt de archieven van de publieke omroep, het Filmarchief van de Rijksvoorlichtingsdienst, het audiovisueel archief van de Stichting Film en Wetenschap en het Omroepmuseum.

Funding

De voornaamste geldschieter van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid is het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OC&W, jaarlijkse subsidiënt). Bovendien kan het instituut rekenen op financiële en/of creatieve bijdragen van vrijwel alle omroepen en het bedrijfsleven. Voor bepaalde onderwijsplatformen en –projecten (bijvoorbeeld Beelden voor de Toekomst, Pilot Onderwijs Media Platform) verwerft Beeld en Geluid eigen inkomsten en krijgt het subsidies op nationaal en Europees niveau (informatie uit de e-mailcorrespondentie met Dalida van Dessel, zie bijlage 2).

1.2. Doelgroep

De doelgroep van Beeld en Geluid is op het eerste gezicht heterogeen. De gebruikers bestaan naar eigen zeggen uit programmamakers, onderzoekers, onderwijzers, musea, historici en biografici. Toch krijgt met name het onderwijs een prominente plaats in de werking van het instituut. Beeld en Geluid heeft samen met diverse partners verschillende portals en platformen ontwikkeld voor het onderwijs, en voor specifieke doelgroepen binnen het onderwijs, om gecontextualiseerd AV-materiaal te leveren aan leerlingen en leerkrachten.

1.3. Ontsluiting

1.3.1. Collectie

Fysieke collectie

Het collectieaanbod van Beeld en Geluid is omvangrijk en behoorlijk gediversifieerd. Met een collectie die bestaat uit 700 000 uur beeld en geluid (radio, televisie, documentaire film en muziek), 20 000 voorwerpen uit de omroepgeschiedenis en 2 miljoen foto's, beheert en conserveert het instituut tegenwoordig ongeveer 70% van het audiovisueel archiefmateriaal in Nederland. Het archief bestaat uit materiaal van nagenoeg alle Nederlandse omroepen (Teleac/NOT, AVRO, BNN, EO, KRO, NOS RTV, NCRV, NPS, Radio Nederland Wereldomroep, RTL Nederland, SBS Broadcasting, TROS, VARA, VPRO, Endemol en STER), waardevolle vondsten en publieke of private schenkingen.

Behalve film-, video-, en geluidsmateriaal worden ook objecten en papieren voorwerpen bewaard. Beeld en Geluid ontfermt zich over decorstukken en parafernalia van diverse televisieseries, maar evenzeer over de apparatuur die gebruikt werd/wordt om beeld- of geluidsmateriaal te produceren, af te spelen en uit te zenden, zoals oude televisiecamera's, wasrollen, zendinstallaties en videorecorders.

Toch bewaart het instituut niet alles dat ooit op tv of in de bioscoop vertoond is, of afkomstig is uit de collecties van bedrijven of particulieren. Soms wordt het materiaal niet interessant genoeg bevonden om in de collectie op te nemen of weigerden de omroepen materiaal vrij te geven.

Jaarlijks groeit de collectie van Beeld en Geluid met 22 000 uur radioprogramma's en 8000 uur televisieprogramma's van de landelijke publieke omroepen, 2500 uur radio- en televisieprogramma's van de commerciële omroepen, alle STER-spotjes, uitzendingen in de zendtijd voor Politieke Partijen en 10 000 muziek cd's en dvd's.

Collectie online

Beeld en Geluid heeft een deel van zijn archief online ontsloten en opgedeeld in 14 collecties, resulterend in totaal ongeveer 1580 audiovisuele items. Beeld en Geluid stelt op zijn website daarnaast iMMix beschikbaar, een digitale multimediacatalogus. De catalogus bevat een beschrijving van het gewenste materiaal, maar niet in audiovisuele vorm, en

wordt voornamelijk door omroepen gebruikt voor het zoeken en bestellen van audiovisueel materiaal. Ook de zoekfunctie in de webshop levert data over beschikbaar materiaal van Beeld en Geluid, maar behelst geen streaming of te downloaden audiovisueel materiaal.

1.3.2. Platformen en contextualisering

Het instituut heeft, naast de portaalwebsite, verschillende platformen ontwikkeld voor diverse doelgroepen. In wat volgt, worden deze elk afzonderlijk besproken. Daarbij gaat de aandacht in de eerste plaats uit naar de manier van contextualisering en ontsluiting.

Portaal

De portaalwebsite van Beeld en Geluid bevat een archiefpagina. Contextualisering van het archief gebeurt in de eerste plaats thematisch, via 14 collecties. Naast een thematische indeling, worden de collecties intern aangevuld met bijbehorende achtergrondinformatie. Bij afzonderlijke clips wordt evenwel geen additionele informatie gegeven.

™ Ontsluiting: de portaalwebsite van Beeld en Geluid bundelt audiovisueel materiaal in 14 collecties. In 7 daarvan zijn beeld- en/of geluidsfragmenten op de website van het instituut gratis en via streaming te raadplegen: Televisie (95 fragmenten), Radio (65 fragmenten), Muziek (3 fragmenten), Geluid (3 fragmenten), Hoorspelen (geen fragmenten), Polygoon (1139 fragmenten), Smalfilm (4 fragmenten), Foto (geen fragmenten), Objecten (geen fragmenten), Bibliotheek (geen fragmenten), Papieren collecties (geen fragmenten), Biografieën (274 fragmenten), het digitale themakanaal /Geschiedenis TV (geen fragmenten) en Uitzending bewaard (geen fragmenten). Het instituut biedt daarnaast een aantal afzonderlijke themapagina's aan, zoals een pagina over humor ('1 april') of over de Bevrijdingsdag ('Bevrijdingsdag'). Deze pagina's bundelen beeld- en/of geluidsfragmenten volgens een bepaald thema ('Archeologie'), of naar aanleiding van een (actuele) gebeurtenis ('40 jaar Radio 3').

Zoals reeds vermeld, is het onderwijs een belangrijke doelgroep van het instituut. Beeld en geluid heeft in samenwerking met een aantal partners verschillende educatieve platformen ontwikkeld waarin bepaalde content van het instituut aangeboden wordt op maat van het onderwijs. Het educatief aanbod van Beeld en Geluid is tot stand gekomen in samenwerking met Teleac/NOT, een publieke educatieve omroep. Beide werken sinds 2005 samen. Dit samenwerkingsverband kwam er naar aanleiding van de steeds groter wordende vraag naar audiovisueel materiaal. In wat volgt worden onder meer vier educatieve platformen beknopt besproken: Media Experience, Schooltv, Teleblik en Academia.

Media Experience

Een eerste gezamenlijke project was Media Experience (2005). Beeld en Geluid krijgt in dit project steun van meerdere subsidiegevers en sponsors (respectievelijk Ministerie van OCW, VandenEnde Foundation, VSB Fonds, Prins Bernhard Cultuurfonds, BankGiro Loterij en Wereld Natuur Fonds, Apple Nederland, Endemol Nederland en Oilily). Het instituut biedt

in het Media Experience-gebouw een mediagericht educatief aanbod aan op verschillende niveaus. In voor het onderwijs gemaakte rondleidingen krijgen leerlingen multimediale opdrachten.

™ Ontsluiting: in diverse (thematische) rondleidingen en workshops krijgen de bezoekers de kans om creatief om te springen met het archiefmateriaal van Beeld en Geluid. Het instituut ontwikkelde ook educatieve arrangementen. Leerlingen uit het primair onderwijs kunnen kiezen tussen twee interactieve rondleidingen. Voor leerlingen in het voortgezet onderwijs zijn er vijf verschillende workshops. In Studio BENG, een 'multimediaal klaslokaal', worden bijvoorbeeld workshops gegeven voor leerlingen van 12 tot 18 jaar. De taken variëren van het acteren voor de camera, het monteren van een film of het ontdekken van symboliek in televisiebeelden.

Schooltv (Beeldbank)

Een tweede educatief platform, ook in nauwe samenwerking met Teleac/NOT, is Schooltv. Duizenden archiefbeelden van Beeld en Geluid zijn via de Beeldbank van SchoolTV toegankelijk gemaakt voor docenten en leerlingen. Naast interactieve speeloefeningen (primair onderwijs) en digitaal studiemateriaal (voortgezet onderwijs), worden op dit platform ook clips en tv-programma's en videoclips vrijgegeven die aansluiten bij kerndoelen en vakgebieden in het kleuter-, primair en voortgezet onderwijs. Contextualisering in dit platform is van inhoudelijke aard; aan de hand van aanvullende gegevens en achtergrondinformatie worden de itemonderwerpen verdiept. Sommige fragmenten op de Schooltv-website bevatten ook 'lesblokken', pakketten met aanvullende achtergrondinformatie bij het onderwerp. De Schooltv-programma's worden geproduceerd door Teleac/NOT en kunnen bekeken of beluisterd worden via radio, televisie en internet. Op de online Schooltv Beeldbank worden meer dan 1600 educatieve clips ontsloten, die gratis geraadpleegd kunnen worden.

™ Ontsluiting: Schooltv bevat content van Teleac/NOT en wordt eveneens op deze zender uitgezonden. Naast ontsluiting via televisie, wordt de content van Schooltv verspreid via streaming op de website van het platform. De clips op de Schooltv-website zijn geordend in en voor drie leeftijdsgroepen: (1) peuters en kleuters, (2) primair onderwijs (4-12 jaar) en (3) voortgezet onderwijs (12-16 jaar). Binnen elke groep worden de clips nogmaals onderverdeeld in categorieën (respectievelijk bijvoorbeeld *'Dieren'*, *'Mens en Samenleving'*, *'Scheikunde'*). De metadata bij elke clip zijn een omschrijving van de inhoud (*'Sassa zingt voor Toto een liedje over een leeuw'*), een aantal tags (*'leeuw'*, *'wild'*, *'dier'*), een vermelding van de doelgroep (*'PO-Groep 1'*), de lengte van het fragment (1.23 min) en het vakgebied (*'Peuters en Kleuters'*, *'Dieren'*, *'Enge Dieren'*). Volgens cijfers van Schooltv maakt 92% van primaire onderwijsinstellingen en ongeveer 60% van docenten in het voortgezet onderwijs gebruik van Schooltv.



Afbeelding 1: screenshot Schooltv Beeldbank

Beeld en Geluid heeft bovendien afzonderlijke platformen ontwikkeld voor het primair en het voortgezet onderwijs. Het ontwikkelde hiervoor Teleblik, Beeld en Geluid in Academia (afgekort: Academia) en Pilot Onderwijs Media Platform (POMP). Behalve de educatieve partner Teleac/NOT, werken ook Stichting Kennisnet en de Publieke Omroep mee aan de uitbouw van deze platformen.

Teleblik

Teleblik is een onderwijsproject gericht op het primair en voortgezet onderwijs in Nederland waarin duizenden uren beeldmateriaal uit de archieven van Beeld en Geluid via internet toegankelijk gemaakt worden. De AV-content in Teleblik is aangepast voor gebruik in het onderwijs: de afleveringen zijn compact en betekenisvol geredigeerd door de Teleblik-redactie. In het samenwerkingsverband beheert en digitaliseert Beeld en Geluid de audio- en videocollectie. Teleac/NOT treedt op als redactie en selecteert de fragmenten die in Teleblik komen. Kennisnet staat in voor de online dienstverlening. Het ministerie van OC&W in Nederland subsidieert de ontwikkeling en de bouw van het project. Het project is met name relevant voor ontwikkelaars van didactisch materiaal, leerkrachten en leerlingen; zij kunnen gebruik maken van Teleblik-bronnen ter ondersteuning van les- en leermethodes, opdrachten, enz.

™ Ontsluiting: fragmenten op de Teleblikwebsite zijn ingedeeld volgens thema's en vakgebieden, maar kunnen eveneens via een (alfabetische) zoekmotor door leerlingen en leerkrachten opgevraagd worden. Bij elk fragment hoort een titel, een datum, een beknopte beschrijving van de inhoud, de duur van de clip, de zender waarvan het fragment afkomstig is, een categorie (vb. 'Weten', 'Ontspanning', enz.) en een Telebliknummer. De fragmenten worden via streaming beschikbaar gemaakt.



Afbeelding 2: screenshot Teleblik

Academia

Beeld en Geluid in Academia biedt online toegang tot audiovisuele fragmenten voor het hoger onderwijs, eveneens uit de archieven van Beeld en Geluid. Uit het verslag 'Videodatabanken & streaming media: Academia' (Kennisdag HvA ICT & Nieuwe Media op 13 maart 2008) blijkt dat de Academia-collectie in januari 2007 was *'gegroeid tot meer dan 4000 uur'*.¹ Het materiaal in Academia is samengesteld door studenten, docenten, medewerkers van Beeld en Geluid, e.a. en wordt op maat van het voortgezet onderwijs aangeboden. Op de website staan een aantal showcases, geordend in verschillende thema's waaronder *'Actualiteiten'*, *'Mediageschiedenis'* en *'Politiek & Recht'*. Een showcase bestaat uit een combinatie van informatiebronnen over hetzelfde onderwerp.

™ Ontsluiting: Academia is een online streaming platform dat AV-content beschikbaar stelt via SURFmedia, een on-demand streaming videodienst van SURFnet. De huidige videodiensten van SURFnet (SURFnet Videotheek, de Video Portal en live-kanalen) worden, net als de collectie audio- en videobestanden, geïntegreerd ondergebracht in SURFmedia. De showcases zijn opgebouwd uit beeldmateriaal (Polygoonjournaals, amateurfilms en programma's van de publieke omroep), afhankelijk van de beschikbaarheid aangevuld met radiofragmenten, foto's en artikelen uit de archieven van Beeld en Geluid. Ze worden bovendien ingeleid door een korte introductie over het onderwerp. In SURFmedia kunnen gebruikers audiovisuele bestanden bewaren, delen en bekijken.

¹ Het volledige verslag kan geraadpleegd worden op de volgende webstek:
https://intra.ehva.nl/algemeen/kennis/kennisdag/workshops/HandoutAcademia_Kennisdag13maart08.doc



Afbeelding 3: screenshot Academia

Beelden voor de Toekomst

Beeld en Geluid is samen met Filmmuseum, Nationaal Archief, Vereniging Openbare Bibliotheken, Centrale Discotheek Rotterdam en Stichting Nederland Kennisland betrokken in het project Beelden Voor de Toekomst. In dit project zal 'een kerncollectie van het Nederlandse audiovisuele erfgoed door digitalisering veiliggesteld worden voor de toekomst'. Uiteindelijk zullen 137 200 uur video, 22 510 uur film, 123 900 uur audio en 2.9 miljoen foto's uit de archieven van de projectpartners geconserveerd en gedigitaliseerd worden. Het gedigitaliseerde materiaal zal beschikbaar gemaakt worden voor het onderwijs, de creatieve industrie en het brede publiek.

™ Ontsluiting: in de doelstellingen van het project wordt beschreven dat de toegang tot het gedigitaliseerde materiaal gerealiseerd moet worden via een centrale 'fysieke, technische, elektronische' distributie-infrastructuur (Beelden Voor De Toekomst Projectplan, p.23). De infrastructuur van Beeld en Geluid in Hilversum kan hierbij een goede basis vormen volgens de projectpartners. Er is binnen het project bovendien aandacht voor de back-ends (vb. multimediacatalogus iMMix, het digitaal archief dat de opslag vormt van het systeem, koppelingen met SURFnet, enz.) en de front-ends (vb. Teleblik, Media Experience, enz.).

Pilot Onderwijs Media Platform (POMP)

In 2007-2008 staat het uitbouwen van een Pilot Onderwijs Media Platform (POMP) voor het voortgezet onderwijs centraal in de dienstenontwikkeling van Beeld en Geluid. POMP is een project van Beelden voor de Toekomst en biedt drie diensten aan: een online platform om opdrachten en presentaties met videomateriaal te maken, een lessenbank en een zoekfunctie die in meerdere bronnen tegelijk kan zoeken. Op die manier is POMP een platform dat materiaal van de partners van Beelden voor de Toekomst toegankelijk maakt voor het onderwijs. Het wil in de eerste plaats een multimediaal onderwijsplatform zijn, waarin collecties contextueel ontsloten worden met didactisch materiaal. Toch kunnen ook externe partijen materiaal aanbieden op dit platform. Kennisnet neemt deel aan de ontwikkeling van de pilot en verzorgt de centrale zoekomgeving. De lessenbank is gemaakt door Edutude. Noterik verzorgt de webomgeving. Naast het AV-materiaal van de

projectpartners Beeld en Geluid en Nationaal Archief, stellen ook Naturalis, Kennislink en Wikipedia materiaal beschikbaar.

™ Ontsluiting: op het pilotplatform wordt beeldmateriaal van Teleblik ontsloten, samen met content van het Nationaal Archief en Naturalis (natuurinformatie). De beelddatabank van het Nationaal Archief bevat ongeveer 500 000 beelden die gebeurtenissen weergeven uit de periode 1880-1990. Voor materiaal uit de collectie van Teleblik, is de registratiecode van Teleblik nodig.

Naast het onderwijs is het project gericht op een maximale ontsluiting voor het brede publiek en de creatieve industrie. Het contextualiseren van de collecties neemt, net zoals voor het onderwijs, een belangrijke plaats in. Concreet houdt dit in dat de collecties worden beschreven en thematisch gebundeld worden. De aandacht in dit project gaat uit naar het vergroten van de betrokkenheid van het publiek (interactief aspect) en het publieksbereik (nieuwe content kanalen). Daarom heeft Beeld en Geluid een 'branded channel' ontwikkeld op YouTube. Wekelijks worden op deze Web 2.0-applicatie nieuwe filmpjes opgeladen die volgens specifieke thema's gecategoriseerd zijn (vb. 'Straatmuziek', 'Nederlandse mode '60 en '70', enz.).



Abbeelding 4: screenshots Beeld en Geluid (l.) op You Tube (r.)

Behalve het sterke oog op het onderwijs, participeert Beeld en Geluid ook in projecten met een bredere doelgroep.

Fonos

Beeld en Geluid ontsluit sinds 2003 zijn muziekcollectie via het internet. Via de muzieksite Fonos kunnen bezoekers Nederlandse muziek bestellen die niet meer verkrijgbaar is via de gangbare kanalen, maar wel deel uitmaakt van het muziekarchief van Beeld en Geluid. Fonos stelt een database van 15 000 titels beschikbaar. Digitalisering van de muziekarchieven is vraaggebonden en gebeurt on-demand: eens een LP gedigitaliseerd is (of een CD gekopieerd is) wordt het betreffende materiaal opgeslagen op een server.² De volgende keer dat een bezoeker van Fonos dezelfde content bestelt, wordt deze vanuit de

² Voor meer informatie over het business model van Fonos, zie ook: het artikel van Machgiel Bakker (2004) 'Klant bepaalt conservering', InformatieProfessional, nr.1, jaargang 2004. Het artikel kan geraadpleegd worden op de volgende webstek: <http://igitur-archive.library.uu.nl/DARLIN/2005-0602-200011/BakkerIP042004.pdf>

server geleverd. Fonos is een behoorlijk interactieve en gebruikersgerichte website. Er is een Communitypagina ingebouwd, met een forum. Binnen het forum zijn sinds kort verschillende subcategorieën gemaakt (vb. 'Algemeen', 'Op zoek naar', 'Recensies') die het voor de gebruikers mogelijk maken gericht te dialogeren met elkaar, of met de organisatie. Voorwaarde is wel dat de gebruiker geregistreerd is. Behalve naam, communitynaam en (e-mail)adres, kan de gebruiker ook hobby's, favoriete websites, e.d. specificeren in diens profiel. Voor elke bezoeker die actief is op het forum geldt dat zijn/haar profiel kan opgevraagd worden door andere gebruikers. Voor bezoekers met dezelfde interesses is het op die manier gemakkelijker om elkaar te vinden. Bovendien kunnen bezoekers rechtstreeks met elkaar communiceren via een 'personal message'. De verzonden en ontvangen berichten kunnen sinds kort ook gearchiveerd worden in een eigen Fonos-mailbox. In de catalogus kunnen gebruikers de platen beoordelen, recenseren en bespreken. Aangezien het om titels uit het Nederlandse muzikale erfgoed gaat en de verkoop alleen mag gebeuren binnen Nederland, spreekt Fonos voornamelijk de nationale markt aan. Toch blijkt uit berichten op het forum interesse van Belgische muziekliefhebbers.

Contextualisering binnen Fonos gebeurt vooral via de samenwerking met het Nationaal Pop Instituut (NPI), een vereniging die zich inzet voor de ontwikkeling van de Nederlandse popmuziek. De site van NPI bevat biografische en discografische gegevens over 2500 Nederlandse popgroepen vanaf 1945 tot op heden. Op Fonos wordt bij een groot aantal van de beschikbare titels een link bijgevoegd naar aanverwante pagina's binnen de website van het NPI. Fonos wordt voorts mogelijk gemaakt door een bijdrage van de Mondriaan Stichting, een steunpunt voor organisaties dat gericht is op de belangstelling voor en vraag naar beeldende kunst, en cultureel erfgoed wil vergroten en verdiepen.

™ Ontsluiting: de homepage bevat een eenvoudig zoekveld dat de gebruiker naar de catalogus voert. Hier worden via een alfabetische lijst alle beschikbare platen volgens titel en auteur ondergebracht in alfabetische lijsten. Metadata bij de platen vermelden het genre van de plaat, het label en bestelnummer, het uitgavejaar, het aantal dragers, een Fonosnummer en de status (gedigitaliseerd of niet). De plaathoes wordt eveneens afgebeeld, samen met korte bijkomende informatie over de totstandkoming van de plaat (*'Tracks 1/2 opgenomen in Brussel, september 1959'*). Bij de platen in de catalogus worden de nummers op de plaat vermeld, waarvan sommige via streaming integraal beluisterd kunnen worden. Via een bestelknop kan de plaat aangekocht worden. Het bedrijf Tree Top behandelt de opvolging, facturering en incasso van bestellingen.



Afbeelding 5: screenshot Fonos

1.3.3. Rechtenproblematiek

In het algemeen wordt op de website van Beeld en Geluid gesteld dat het de rechten van audiovisueel materiaal in veel gevallen niet heeft, maar wel kan bemiddelen en toestemming voor gebruik regelen. Het heeft bovendien een overkoepelende overeenkomst met alle publieke omroepen en rechtenorganisaties in Nederland. Rechthebbenden worden vergoed, op jaarlijkse basis:

'Wij betalen, als men akkoord gaat met beschikkingstelling via internet, de betrokken rechthebbenden (omroepen, producenten, musici, acteurs ect) een jaarlijkse billijke vergoeding voor het materiaal dat online voor het onderwijs wordt ontsloten' (uit de e-mailcorrespondentie met Dalida van Dessel)

Specifiek voor Beelden voor de Toekomst geldt dat het projectconsortium het rechtenvrij of onder Creative Commons-licentie beschikbaar maken van een basiscollectie van digitale film en geluid als doelstelling heeft. Fonos leeft de rechten van artiesten en platenmaatschappijen strikt na. Bij elke verkoop gaat een deel van de opbrengst naar het label en naar de artiest. Daarvoor heeft het overeenkomsten afgesloten met de NVPI, de brancheorganisatie voor de entertainmentindustrie. Alle platenmaatschappijen die bij de NVPI zijn aangesloten hebben Fonos.nl toestemming gegeven om haar LP-materiaal te verkopen. Daarnaast heeft Fonos een overeenkomst met de Stemra, voor de afdracht van het zogenaamde mechanisch recht, ten behoeve van componisten, tekstdichters en muzikuitgeverijen.

1.4. Betalingsmodaliteiten

Op de portaalwebsite van Beeld en Geluid zijn bij benadering 1580 fragmenten gratis te bekijken of beluisteren. Voor aanvullend materiaal moet de bezoeker zich richten tot 'iMMix', de digitale multimediacatalogus of tot het zoekveld in de webshop. De webshop van Beeld en Geluid biedt naar eigen zeggen een selectie van ongeveer 2000 items uit het archief en functioneert als een on demand-dienst. Dit betekent dat het materiaal pas op DVD gebrand wordt als en wanneer er een bestelling voor ontvangen wordt. Deze aanpak

heeft gevolgen voor de verkoops prijs: '(m)ede hierdoor ligt de prijs van onze DVD's iets hoger dan een commerciële uitgave die je in de winkel vindt. Dit is namelijk geen massaproductie, maar maatwerk'.

Media experience

Bezoekers van het Media Experience gebouw in Hiversum betalen een toegangsprijs (behalve kinderen jonger dan 5 jaar). Voor volwassenen is dit 13.50 euro, kinderen tot 15 jaar betalen 7.5 euro.

Schooltv

De videofragmenten op de verschillende interfaces van Schooltv zijn integraal gratis te bekijken. Daarnaast worden ook de clips in de Schooltv beeldbank gratis beschikbaar gesteld. Schooltv heeft een webwinkel, waar didactisch materiaal voor leerkrachten uit de verschillende onderwijstakken aangekocht kan worden.

Teleblik en Academia

Voor de onderwijsplatformen van het instituut is een licentiemodel van toepassing. De platformen zijn alleen toegankelijk voor gebruikers met een individueel registratienummer (Teleblik) of met een licentie van de onderwijsinstelling waartoe ze behoren (Academia).

Dankzij de startsubsidie van de Nederlandse overheid is Teleblik gedurende lange tijd een gratis dienst geweest. In 2008 vervalt deze subsidie en vanaf het schooljaar 2008-2009 zal Teleblik scholen een (nog te bepalen) tarief aanrekenen.

Om gebruik te maken van de content van Academia dienen instellingen een licentie af te sluiten. Een licentie kan bekomen worden via SURFdiensten, een organisatie die het hoger onderwijs voordelige licenties aanbiedt voor allerlei ICT-toepassingen. Een licentie loopt voor 3 jaar. Leerlingen kunnen ook van buiten de instelling het materiaal van Academia raadplegen. Voor 2008 betalen instellingen 0.57 euro per student/leerling (een stijging van 6 eurocent tegenover de tarieven in 2007). Daarbovenop worden 5% opslagkosten voor SURFdiensten en 19% BTW-kosten gerekend.

Pilot Onderwijs Media Platform

POMP biedt content aan van Teleblik, het Nationaal Archief en Naturalis. Het business model aan de basis van de contentdistributie van POMP combineert een *gratis model* en een *licentiemodel*. Wanneer content van Teleblik wordt opgevraagd, wordt de gebruiker naar de registratiepagina van Teleblik gezonden. Dit betekent dat alleen houders van een Telebliklicentie dit deel van de POMP-databank kunnen raadplegen. Materiaal van het Nationaal Archief en Naturalis is gratis te consulteren.

Beelden voor de Toekomst

Omdat het project een maximale ontsluiting tracht te verwezenlijken, wordt gezocht naar geschikte businessmodellen. Een aantal video's en foto's kan bijvoorbeeld gratis bekeken worden op YouTube, maar een deel zal tegen betaling worden aangeboden. Het

projectconsortium geeft aan dat de rechtenproblematiek mee aan de basis ligt van dit *semi-gratis model*: '(d)e bepalende factor is vaak het auteursrecht dat op het materiaal van toepassing is, maar ook de kwaliteit, de doelgroep en de mate van contextualisering spelen een rol.

Fonos

Een deel van het muziekarchief van Beeld en Geluid wordt via Fonos gratis via online streaming beschikbaar gesteld. Tot op heden levert Fonos alleen platen; afzonderlijke nummers kunnen niet aangekocht worden via Fonos. Voor aankopen hanteert Fonos een *clicks-and-bricks-model*. In dit model gebeurt de aankoop online (*clicks*) en wordt de bestelling fysiek (*bricks*) afgehaald of geleverd. Via de bestelknop kunnen platen aangekocht worden. Alle platen kosten 19.95 euro (dubbelplaten 39.90 euro; beide excl. verzendingskosten). Het partnerbedrijf Tree Top staat in voor de orderverwerking, de facturatie en de incasso.

2. NostalgieNet (Nederland)

Website: <http://www.nostalgienet.nl/>

2.1. Achtergrond

Algemeen

NostalgieNet biedt sinds 2006 een multimediaal platform dat fragmenten van televisie, internet, dvd-uitgaven en print van vroeger aanbiedt. Met een online magazine, de ontwikkeling van een website en een TV-(thema)kanaal is het bereik intussen opgelopen tot 75 000 unieke bezoekers per maand. Het doel van het platform is naar eigen zeggen het collectieve geheugen van Nederland te versterken door *'mensen te enthousiasmeren en te activeren om hun eigen nostalgie vast te leggen, te beleven en te delen met anderen'*.

Content

De content op NostalgieNet is het resultaat van een samenwerking tussen Tijdsbeeld Media (TBM) en KPN. Tijdsbeeld Media kwam begin 2005 voort uit het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid. Voordien was het gevestigd binnen de afdeling archiefproductie binnen het instituut. Vanwege bewezen marktpotentieel werd de afdeling verzelfstandigd. Hoewel Beeld en Geluid geen aandeelhouder is van NostalgieNet, blijft het de belangrijkste leverancier van archiefmateriaal aan Tijdsbeeld Media. Een deel van de content wordt eveneens aangeleverd (opgeladen) door particulieren.

Funding

KPN is de grootste aandeelhouder van NostalgieNet (50.1%) na Tijdsbeeld Media (49.9%). KPN (voordien Staatsbedrijf der Posterijen, Telegrafie en Telefonie; PTT) is een van de voornaamste spelers op de telecommunicatiemarkt in Nederland en was lange tijd een overheidsbedrijf. Sinds 1989 is het bedrijf integraal verzelfstandigd en werden ook de postactiviteiten afgescheiden. In Nederland is KPN de eigenaar van het vaste telefonienetwerk en is het marktleider in de mobiele telefoniesector. Het kocht ook belangen aan in Oost-Europese landen en in België, Spanje en Duitsland. KPN is de grootste aandeelhouder van Digitenne, een provider van digitale televisie. In 2006 werd KPN MINE (nu: KPN Interactieve Televisie) gelanceerd, de digitale televisiezender van het bedrijf.

NostalgieNet zet zijn diensten ook in op commercieel vlak. Met streaming video advertising in de online videotheek, sponsoring van programma's op TV en internet, sponsoring van prijsvragen en speciale (redactionele) acties op de site en in print of de productie van eigen videoproducties, zijn verschillende vormen van online advertising aanwezig op het platform. Het oppert zelfs de mogelijkheid aan sponsors en adverteerders om hun merken te verbinden aan bepaalde videofragmenten in de videotheek: *'denkt u daarbij ook eens aan onze maandthema's, met onderwerpen als "Mode", "Vervoer", "Gezondheid" en "Reizen". Deze zijn bij uitstek geschikt om als sponsor/adverteerder uw merk aan te*

verbinden en inhoudelijk te laden. Op de website van NostalgieNet wordt op het tijdstip van analyse geadverteerd door Lexa, *'de ware datingsite'* van Nederland.

2.2. Doelgroep

De kenmerkende content op de website (het verleden) en de samenwerking met het 50-plussers maandblad Zin doen vermoeden dat NostalgieNet een ouder segment van de bevolking aanspreekt. Op de website wordt inderdaad aangegeven: *'NostalgieNet richt zich op een doelgroep van 30 jaar en ouder, met een kern tussen de 35 en de 60 jaar. Mannen en vrouwen uit de midden en hogere welstandsklassen, vaak getrouwd en met kinderen'*.

2.3. Ontsluiting

2.3.1. Collectie

Fysieke collectie

De fysieke collectie van NostalgieNet bestaat uit producties aangeleverd door Tijdsbeeld Media (Retourtje Toen, Parels Uit Het Polygoon, Mijn..., Rijk Verleden, Stil Genieten, Zo Ging Dat Toen en Een Bijzonder Jaar). Voor de content van deze producties kan TBM putten uit de archieven van Beeld en Geluid.

Collectie online

Het aanbod op de portaalsite van NostalgieNet bestaat enerzijds uit (bewerkt) archiefmateriaal van Beeld en Geluid en anderzijds uit content die werd opgeladen door gebruikers. De online videotheek bestaat uit ongeveer 1200 videoclips. De video's en videofragmenten zijn grotendeels afkomstig uit de archieven van Beeld en Geluid.

2.3.2. Platformen en contextualisering

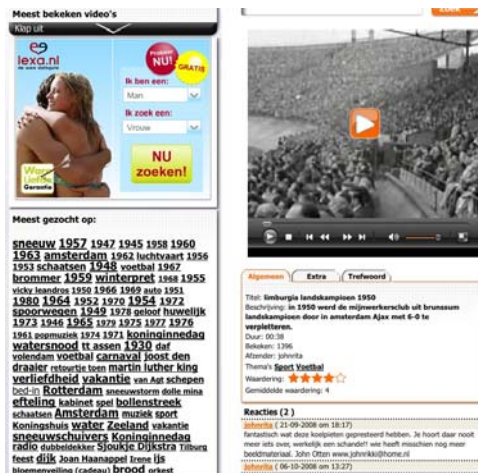
NostalgieNet richt zich op het brede publiek en in het bijzonder op 'nostalgische' gebruikers van 30 jaar en ouder. Hoewel het platform geen gecontextualiseerde pakketten aanbiedt die de content op de website inhoudelijk verdiepen, biedt het videoportaal wel clips aan die geordend zijn volgens bepaalde thema's. Contextualisering gebeurt met andere woorden hoofdzakelijk via de structuur. In de tabpagina Thema's worden een aantal video- en/of fotoclips uit de videotheek en fotogalerij samengebracht over een bepaald thema, zoals 'Vakantie'. Opvallend is de grote gebruikersruimte binnen NostalgieNet: het videoportaal ontwikkelde een platform waarop de gebruiker een persoonlijk online digitaal archief kan aanmaken. Binnen dit platform is het mogelijk om reacties en commentaren na te laten. Daarom is er sprake van een zekere inhoudelijke aanvulling van de fragmenten. NostalgieNet biedt geen platformen aan voor het onderwijs.

Videotheek

NostalgieNet is de online verzamelplaats van videomateriaal van Tijdsbeeld Media (en bijgevolg van Beeld en Geluid), maar neemt ook inzendingen op uit de persoonlijke

archieven van NostalgieNet-gebruikers. Momenteel bevat de videotheek ongeveer 1200 videoclips.

™ Ontsluiting: de clips worden op de website ontsloten via videostreaming en worden telkens voorzien van een titel, een beknopte beschrijving, trefwoorden, een vermelding van de duur en de afzender en thematiek. Verder wordt vermeld hoeveel keer het fragment werd bekeken en welke waardering vorige bezoekers het hebben toegekend. Er is eveneens ruimte voor reacties. In het fotoarchief wordt ook het fotoformaat weergegeven.

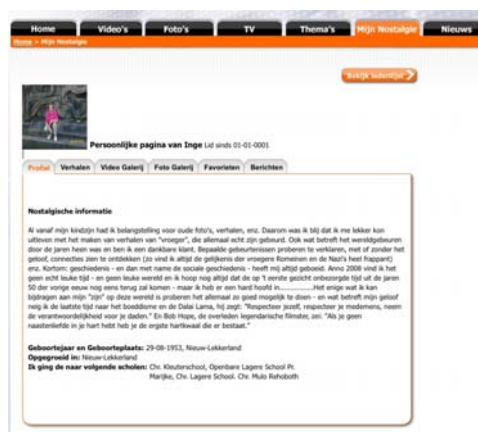


Afbeelding 6: screenshot videotheek NostalgieNet

Mijn Nostalgie

De tabpagina Mijn Nostalgie verzamelt AV-content die door gebruikers werd aangereikt. Geregistreerde gebruikers krijgen de mogelijkheid om een persoonlijke pagina samen te stellen. Leden kunnen er verhalen schrijven, fotoboeken aanmaken en video's uploaden en op die manier de fragmenten inhoudelijk completeren.

™ Ontsluiting: de pagina bevat een beknopt profiel van de gebruiker in kwestie, gevolgd door een aantal verhalen of herinneringen, waarbij de schrijver foto's kan opladen. Verder heeft elke geregistreerde gebruiker een eigen video- en fotogalerij. Hij/zij kan een lijst maken van favoriete verhalen, nieuwsberichten, video's en/of foto's. Andere bezoekers kunnen een bericht nalaten.



Afbeelding 7: screenshot Mijn Nostalgie

Digitaal televisiekanaal

™ Ontsluiting NostalgieNet: als themakanaal wordt NostalgieNet uitgezonden op KPN Digitenne, KPN Interactieve TV. De verspreiding gebeurt via de digitale pakketten van diverse kabelexploitanten.

2.3.3. Rechtenproblematiek

NostalgieNet is een samenwerkingsverband van KPN en de onderneming Tijdsbeeld Media (voortgekomen uit de stichting Beeld en Geluid waar onder meer de omroeparchieven en het materiaal van het Polygoon-bioscoopjournaal worden beheerd).

Er werd bijzonder weinig extra informatie teruggevonden inzake de rechtenproblematiek. Enigszins verontrustend is volgend citaat uit de Algemene Verkoopvoorwaarden: "TBM garandeert niet dat de aan u geleverde producten geen inbreuk maken op enig (ongeschreven) intellectueel en/of industrieel eigendomsrecht van derden."

2.4. Betalingsmodaliteiten

De content die op de portal van NostalgieNet ontsloten wordt, is gratis toegankelijk via streaming. Op de portal is geen mogelijkheid voor rechtstreekse aankopen. Toch kunnen bepaalde eigen (TBM-) producties via de webwinkel verkregen worden. Via de webwinkel van NostalgieNet komt men terecht op Denkend aan Nederland, een internetwinkel in samenwerking met softwareproducent Mijn Winkel, Tijdsbeeld Media en Radio Nederland Wereldomroep. Naast diverse tv-producties, heeft TBM intussen honderden dvd-producties geproduceerd, die nagenoeg alle verkrijgbaar zijn via Denkend aan Nederland. Aankopen bij Denkend aan Nederland gebeuren via credit card, iDEAL (internetbankiermethode) of overschrijving.

3. Gronings Audiovisueel Archief (GAVA) (Nederland)

Website: <http://www.gava.nl/>

3.1. Achtergrond

Algemeen

Het Gronings Audiovisueel Archief (GAVA) is het regionaal audiovisueel archief van de Nederlandse provincie Groningen. Het archief werd in 1992 opgericht door het Gemeentearchief Groningen, het Rijksarchief in Groningen, Liga '68, Radio Noord en actoren uit het bedrijfsleven. Het stelt zich als doel historisch audiovisueel materiaal over de provincie te verzamelen, te bewaren en te ontsluiten. In 2006 werden de archieven van Poparchief Groningen opgenomen in het GAVA. Het GAVA is verbonden met Regionaal Historisch Centrum (RHC) Groninger Archieven.

Content

Het GAVA richt zich op alle AV-content over Groningen of gemaakt door Groningers. Het verzamelt en verspreidt archieven, boeken, kranten, posters, kaarten, foto's, films, video's en geluidsopnames over de stad en provincie Groningen van de Middeleeuwen tot nu. De content is afkomstig van provinciale musea, verenigingen, overheden, bedrijven en inwoners.

Funding

Het GAVA is een openbaar infomatiecentrum.

3.2. Doelgroep

Het GAVA spreekt op de website nadrukkelijk onderzoekers, onderwijzers en museamedewerkers aan. Uit het collectieaanbod wordt duidelijk dat de archiefinstelling met name interessant kan zijn voor onderzoekers, radio- en televisiemakers en andere personen of instellingen die geïnteresseerd zijn in de ontwikkeling van de provincie Groningen.

3.3. Ontsluiting

3.3.1. Collectie

Fysieke collectie

Het GAVA richt zich op alle AV-content over Groningen of gemaakt door Groningers. De collectie bestaat enerzijds uit materiaal geschonken door diverse musea in de provincie (oa. het Noordelijk Scheepvaartmuseum en het Veenkoloniaal Museum). Anderzijds brengen ook historische verenigingen AV-materiaal binnen bij het GAVA. Deze hebben zelf vaak niet de geschikte bewaar-, opslag-, en afspeelmogelijkheden voor het materiaal. In de meeste gevallen krijgen zij voor onderzoeksdoeleinden een vertoningskopie van het geleverde materiaal. Verder bewaart het GAVA het archief van de Groninger Smalfilmclub en reclame- of voorlichtingsfilms van bedrijven als Fongers, W.A. Scholten

aardappelzetmeelfabrieken, de Suikerunie en CSM. Veel bedrijven (scheepsbouw, bakkerijen, steenfabrieken, enz.) hebben door de jaren hun productieprocessen in beeld gebracht. Daarnaast bevat de collectie overheidsmateriaal, zoals films over de Gemeentelijke Gasfabriek Groningen, over de Reinigingsdienst (RMH) en voorlichtingsfilms over de overgang van kolen naar aardgas. Steeds meer videoarchieven van regionale televisie- en radiozenders worden in bewaring genomen in het GAVA (RTV Noord, OOGTV, de Groningse poppodia VERA en Simplon, het USVA film- en videoarchief, enz.). Ten slotte worden ook films van inwoners en hobbyisten van de provincie bewaard. Het gaat dan bijvoorbeeld om verslagen van maatschappelijke gebeurtenissen, familiefeesten of andere persoonlijke gebeurtenissen.

Collectie online

Duidelijke kwantitatieve cijfers over het online aanbod van GAVA zijn niet rechtstreeks beschikbaar. De instelling geeft op zijn website aan dat *'in de studiezaal meer materiaal op te vragen is dan we op dit moment online aanbieden'*.

3.3.2. Platformen en contextualisering

Hoewel het GAVA met name onderzoekers, onderwijzers en museamedewerkers aanspreekt op de website, wordt het aanbod kennelijk niet gecontextualiseerd. Er wordt anderzijds verwezen naar de educatieve rol van Beeld en Geluid en anderzijds ingespeeld op de meerwaarde die regionale archieven kunnen betekenen:

'Het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid (NIBG) ontwikkelde een nieuwe site, teblik.nl, waar scholen gebruik kunnen maken van landelijke nieuws- en historische beeldfragmenten voor in de klas. Regionale AV archieven zoals het GAVA bieden hierop een waardevolle aanvulling, namelijk beelden uit de eigen regio.'

Studiezaal

De collectie van het GAVA kan geraadpleegd worden in de studiezaal van het RHC Groninger Archieven. Bezoekers kunnen er zoeken in de catalogus van de collectie of op een computer in de studiezaal. Gewenst materiaal kan bekeken worden in een AV-cabine. Bepaald materiaal wordt verhuurd. De studiezaal behelst bovendien een uitgebreide bibliotheek, met onder meer kranten, bouwtekeningen en fotomateriaal.

Online catalogus

Het GAVA biedt kennelijk geen additionele platformen aan. De collectie wordt gedeeltelijk online ontsloten en kan via een catalogus op de website geraadpleegd worden.

TM Ontsluiting: de online archiefcatalogus kan via een zoekveld doorzocht worden volgens inhoud, maker, opdrachtgever en periode. Beeldmateriaal wordt opgesplitst in een storyboard van clips die via videostreaming op de website bekeken kunnen worden. Op die manier is het vinden van specifieke fragmenten eenvoudig. De film kan ook integraal afgespeeld worden. Op het storyboard wordt dan telkens aangegeven welke clip wordt afgespeeld. Metadata bij de film bestaan uit titel, maker, nummer, datering, inhoud, vorm van de bronfilm, kleur, geluid,

starttijd, eindtijd en titelgegevens. Metadata bij geselecteerde clips bestaan uit beschrijving, inhoud, starttijd, eindtijd en tekst in beeld.



Afbeelding 8: screenshot beeldmateriaal op GAVA

3.3.3. Rechtenproblematiek

Archiefmateriaal kan ter plekke opgevraagd en gehuurd worden (uitsluitend voor 'huiselijk' gebruik). Hoewel de rechtenproblematiek bepaald gebruik beperkt of verbiedt, bijvoorbeeld in videoclips, wil het GAVA *'dit soort gebruik'* zoveel mogelijk stimuleren.

3.4. Betalingsmodaliteiten

Het online business model van GAVA berust op een *gratis model*. De films en fragmenten die via de online streaming catalogus bekeken kunnen worden, zijn geheel kosteloos. De huurprijs van audiovisuele content ter plekke kan variëren; het GAVA geeft aan verschillende tarieven te hanteren afhankelijk van de gebruiksdoeleinden:

'Wij rekenen voor educatieve doeleinden andere bedragen dan voor commercieel gebruik, en voor regionale uitzending zijn de tarieven weer anders dan voor landelijke uitzendingen.'

4. Poparchief Groningen (Nederland)

Website: <http://www.poparchiefgroningen.nl/>

4.1. Achtergrond

Algemeen

Poparchief Groningen is een initiatief van het Gronings AudioVisueel Archief (GAVA) en het RHC Groninger Archieven in samenwerking met Dossier Popmuziek Groningen van de Nederlandse muziekverzamelaar Koen van Krimpen. Het is een digitaal poparchief, waarvan de website in november 2007 werd opgestart. In dit initiatief beheert GAVA het AV-materiaal, RHC Groninger Archieven staat in voor de foto's, flyers, affiches en Koen van Krimpen levert de informatie over popmuziek in Groningen. Hij stelt de resultaten van zijn jarenlange onderzoek beschikbaar aan het poparchief. Inzet is uit te groeien tot '*het meest complete informatiecentrum van en over de Groninger popcultuur*'.

Content

Poparchief Groningen is de digitale verzamelplaats van diverse popmuziekcollecties uit de collectie van RHC Groninger Archieven. Belangrijke archieven, zoals die van Koen van Krimpen, Robbie Kauffman en Popburo Groningen, poppodia Vera, Simplon en De Kar worden samengebracht in dit initiatief. Meer en meer wordt ook materiaal aangereikt door particulieren. Het poparchief bestaat uit videomateriaal, posters, magazines, foto's en andere informatiedragers.

Funding

De website wordt mogelijk gemaakt door subsidies van de Provincie, het VSB Fonds, het Prins Bernhard Cultuurfonds, Stichting J.B. Scholtenfonds, het Huis van de Groninger Cultuur, het RHC Groninger Archieven en Stichting GAVA.

4.2. Doelgroep

De doelgroep van het Poparchief wordt in de eerste plaats zeer breed omschreven: '*(het) is een website van en voor iedereen*'. Zowel particulieren als instellingen worden aangesproken om bijdragen te leveren aan de collectie. Toch krijgen onderzoekers een voorname plaats binnen het oogmerk van de instelling: '*(o)ok willen we het materiaal ontsluiten en ter beschikking stellen aan culturele wetenschappers, journalisten en andere onderzoekers*'.

4.3. Ontsluiting

4.3.1. Collectie

Fysieke collectie

Het Poparchief Groningen is gevestigd in het gebouw van de RHC Groninger Archieven. Hier kan ook een deel van de papieren collectie (magazines, historische informatie over podia, foto's) geconsulteerd worden. De afgelopen jaren heeft het RHC Groninger

Archieven verschillende muziekarchieven in zijn bezit gekregen. Het gaat enerzijds om de archieven van particulieren en professionele muzikliefhebbers zoals Koen van Krimpen (poparchief 1960 – heden) en Robbie Kauffman en anderzijds om bijdragen van instellingen zoals Popburo Groningen, Simplon en De Kar. Het archief bestaat uit videomateriaal, posters, magazines, foto's en andere informatiedragers. Het is (nog) niet mogelijk om materiaal van Poparchief Groningen ter plekke te kopiëren voor eigen gebruik.

Collectie online

Volgens berichten op de website wordt er momenteel druk gewerkt aan de digitalisering en online ontsluiting van het archief, in die mate dat '(d)e bezoeker (...) een groot deel van deze informatie (kan) bekijken op de website'. Het gedigitaliseerde materiaal wordt op een server geplaatst, die door de ICT-afdeling van RHC Groninger Archieven wordt onderhouden. De website bevat videomateriaal (niet beschikbaar), foto's, geluidsmateriaal, informatie over artiesten, bands en bandleden, informatie en documentatie over poppodia, labels, anekdotes en popverhalen (niet beschikbaar).

4.3.2. Platformen en contextualisering

Het Poparchief richt zich vooral op een zeer breed publiek en wil een interactieve website zijn. Naast het vinden van bepaalde informatie kan de gebruiker reageren op geplaatste items en eigen ervaringen toevoegen over een band of periode. Ondanks de nadrukkelijke wens om onderwijs en onderzoek te bedienen, biedt het muziekarchief geen didactische of educatieve gecontextualiseerde pakketten aan. Anderzijds wordt de informatie op de website wel geordend volgens bepaalde items.

™ Ontsluiting: op de website kan aan de hand van alfabetische lijsten informatie over bands, personen (muzikanten), podia, festivals en labels opgezocht worden. In de categorie '*Bands*' worden bij benadering 1175 muziekgroepen alfabetisch vermeld, de ene al wat uitgebreider dan de andere. Metadata bij de bands variëren en bestaan bijvoorbeeld uit de (toenmalige) bezetting, fotomateriaal en discografieën. De band-databank bevat verder 17 geluidsfragmenten die via audiostreaming op de website beluisterd kunnen worden en ongeveer 330 foto's van diverse muziekgroepen. Ondanks de ruimte die voorzien wordt, zijn nog geen video's en verhalen online beschikbaar gemaakt. Anderzijds kan ook in functie van personen gezocht worden. De online databank bundelt ongeveer 20 muzikanten alfabetisch. Bij elke artiest hoort – indien voorhanden – een foto en een beknopte muzikale biografie, met een vermelding van de bands waarin hij/zij heeft gespeeld. Daarnaast is ook informatie beschikbaar gemaakt over 34 poppodia en 11 popfestivals in de provincie Groningen. Er kan op de website bovendien gezocht worden naar informatie over om en nabij 85 Groningse muzieklabels van vroeger en nu.



Afbeelding 9: screenshot Poparchieff Groningen

4.3.3. Rechtenproblematiek

Door de auteurswet uit 1912 is het zo dat er geen materiaal te zien en te horen is op de website waarvan de makers bij de Nederlandse auteursrechtenorganisatie BUMA Cultuur geregistreerd zijn. Toch zijn er veel artiesten die materiaal in eigen beheer hebben uitgebracht en dat materiaal mag doorgaans wel geplaatst worden.

4.4. Betalingsmodaliteiten

Een deel van de fysieke collectie kan geraadpleegd worden in de studiezaal van RHC Groninger Archieven. Materiaal wordt er (nog) niet uitgeleend of verhuurd, raadpleegkopieën zijn wel voorhanden in diezelfde studiezaal.

AV-content op de website van het poparchieff is integraal gratis te beluisteren/bekijken. De muziekfragmenten op de website worden niet te koop aangeboden en er is geen doorverwijzing naar internetwinkels of andere (online) muziekverkooppunten.

5. Tresoar (Nederland)

Website: <http://www.tresoar.nl/>

5.1. Achtergrond

Algemeen

Tresoar werd in september 2002 opgericht en beschrijft zichzelf als een Fries historisch en letterkundig informatiecentrum. Het beheert een wetenschappelijke bibliotheek, een collectie archieven over Friesland en een verzameling documenten en objecten over de Friese literatuur. Tresoar geeft aan in de eerste plaats een onderzoekscentrum te zijn en educatieve doelstellingen voorop te stellen. In het bijzonder wil het *'fungeren als hèt centrum in Fryslân waar vraag en aanbod van hoogwaardige informatie over met name cultuur, geschiedenis en literatuur fysiek en/of virtueel bijeen gebracht wordt en kennis en wetenschap gestimuleerd worden'*. Het instituut heeft een tweetalig Nederlands-Fries karakter.

Content

Tresoar ontstond uit de fusie van drie documentatiecentra: het Frysk Letterkundich Museum en Dokumintaasjesintrum (FMLD), de Provinciale- en Bumabibliotheek (PBF) en het Rijksarchief in Friesland (RAF). De collectie van het nieuwe instituut integreert bijgevolg drie grote en belangrijke collecties die betrekking hebben op de letteren en de geschiedenis van Friesland.

Funding

Tresoar is een 'openbaar lichaam' op grond van de Wet Gemeenschappelijke Regelingen (de WGR). Deze regeling bepaalt dat het nieuwe instituut geleid wordt door een bestuur waarin zowel het Rijk (Ministerie van OCW) als de Provincie Fryslân en de stichting Frysk Letterkundich Museum en Dokumintaasjesintrum (FLMD) vertegenwoordigd zijn. Naar aanleiding van de subsidieregeling 'Digitaliseren met beleid' van het Ministerie van OC&W heeft Tresoar een subsidie toegekend gekregen van 150 000 euro voor het digitaliseren van archiefmateriaal.³

5.2. Doelgroep

Tresoar richt zich hoofdzakelijk op twee groepen: volwassenen en kinderen. Volwassenen kunnen terecht op de 'normale' Tresoarwebsite. Anderzijds richt het zich zowel op de kinderen van de basisschool als op jongeren in het voortgezet onderwijs. Voor hen creëerde Tresoar een speciale website: Jong Tresoar. Die biedt jongeren bronnenmateriaal, websites en interactieve opdrachten, samengesteld met materiaal uit de archieven van Tresoar. In 2008 haalde de website van de instelling maandelijks gemiddeld

³ Deze gegevens kunnen nagelezen worden op de volgende website:
<http://forum.archieven.org/index.php?topic=16341.0>

ongeveer 8000 bezoekers, een stijging tegenover 2007, 2006 en 2005.⁴

5.3. Ontsluiting

5.3.1. Collectie

Fysieke collectie

Tresoar integreert de collecties van PBF, RAF en FLMD. Voor de fusie was de Provinciale en Bumabibliotheek van Friesland (1852) een provinciale instelling die lange tijd instond voor het beheer van de bibliotheek van de universiteit van Franeker en die van het Hof van Friesland. De collectie van de Bumabibliotheek was vooral interessant inzake klassieke taal en de oudheid. Het archief onderscheidde zich door de veelheid aan onderwerpen: taal- en letterkunde, (kunst)geschiedenis, sociale en rechtswetenschappen, filosofie en theologie. Bijzonder aandachtspunt vormde de taal, geschiedenis en cultuur van de Friese landen. Op het tijdstip van analyse omvat de Buma Bibliotheek ongeveer 50 000 titels over de klassieke oudheid, de Griekse en Latijnse taal- en letterkunde. PBF bevat ook de Fukscollectie, een Hebreeuwse collectie met meer dan 5000 werken.

De archieven van het Rijksarchief (1840) werden in hoofdzaak opgebouwd door materiaal van overheidsinstellingen die in Friesland gevestigd waren (rechtbanken, Rijkswaterstaat, Provinciale Staten, enz.). Daarnaast nam het ook particuliere archieven op zoals die van kerken, politieke partijen en bedrijven. Ook de RAF-collectie kenmerkt zich door het brede spectrum aan onderwerpen, gaande van middeleeuwse kloosters tot de bouwgeschiedenis van monumenten.

Het FLMD (1959) was in de eerste plaats een verzamelplaats van Fries literair-historisch erfgoed. Het beheerde een imposante collectie boeken en tijdschriften, brieven en handschriften van schrijvers en de archieven van de Fryske Beweging. Het FLMD was eveneens een museum dat foto's, portretten en voorwerpen verzamelde en tentoonstelde.

Collectie online

Het archief van de drie bovenvernoemde instellingen wordt in verschillende catalogi geïntegreerd op de website. Een aantal archiefstukken is gedigitaliseerd en wordt online ontsloten (zoals fotomateriaal in de *'Digicollectie'*). De website van Tresoar heeft echter een afzonderlijke pagina ingebouwd voor de collectie beeldmateriaal (*'Beeld en geluid'*). De fysieke beeldcollectie bevat naar eigen zeggen ongeveer 160 000 objecten (foto's, ansichten, prenten, kaarten, schilderijen, enz.), waarvan onderhand *'(e)en flink deel'* ontsloten wordt via internet. Het beeldmateriaal wordt opgedeeld in zes catalogi, die in zekere zin ook als platformen beschouwd kunnen worden. Het gaat om het Fries fotoarchief (fotomateriaal), literaire foto's (fotomateriaal), gedichten (geluidsopnamen), catalogus (geluidsopnamen), Omrop Fryslân (videomateriaal) en Dorpsfilms (videomateriaal).

⁴ Cijfers afkomstig van statistische gegevens op de website van Tresoar. Ze kunnen geraapleegd worden op de volgende plek: <http://www.tresoar.nl/> (rubriek: Statistiek)

5.3.2. Platformen en contextualisering

Tresoar wil zowel voor volwassenen als voor kinderen een informatiecentrum zijn over de Friese cultuur en geschiedenis. Naast de portaalsite, met verschillende catalogi, ontwikkelde Tresoar een platform voor het onderwijs: Jong Tresoar. In dit platform wordt beeld- en geluidsmateriaal van Tresoar gecontextualiseerd op maat van het onderwijs. Content in de verschillende catalogi op de portaalsite wordt doorgaans niet gecontextualiseerd; het gaat in de meeste gevallen om de gangbare informatie die in catalogi bij items wordt vermeld (titel, datum, duur, enz.).

Volwassenenportaal

De website van het instituut functioneert als een portaal waarop verschillende catalogi geïntegreerd worden in een algemene Tresoar-catalogus (Fukscollectie, Bumabibliotheek, PBF, RAF, FLMD, e.a.) en van waaruit verschillende externe catalogi geraadpleegd kunnen worden (Digitale Historische Bibliotheek Friesland, Regionale Krantenbank, Narcis, e.a.). Behalve catalogi, ontsluit Tresoar audiovisueel beeldmateriaal op zijn website. Het beeldmateriaal is ingedeeld in zes registers, waardoor er sprake is van een vorm van structurele contextualisering. Enerzijds is het weerlegbaar om het in het geval van deze registers te hebben over platformen; het gaat eerder om catalogi die audiovisueel materiaal toegankelijk maken, dan om op zichzelf staande audiovisuele interfaces. Anderzijds wordt het materiaal gebundeld op basis van mediatype; het is daarom niettemin mogelijk om de ontsloten collecties op te vatten als *videoplatformen*, *fotoplatformen* en *geluidsplatformen*. Binnen deze platformen wordt de content niet gecontextualiseerd. In wat volgt worden de zes online ontsloten audiovisuele collecties van Tresoar besproken.



Afbeelding 10: screenshot volwassenenportaal Tresoar

Het Fries Fotoarchief

Het Fries Fotoarchief bevat volgens de website 51 361 afbeeldingen uit Friesland, verzameld en ontsloten door Tresoar, Frysk Histoarysk en het Letterkundich Sintrum in Leeuwarden. Deze collectie bevat foto's, prentbriefkaarten, portret- en reportagefoto's, afkomstig uit overheids- en particuliere collecties uit Friesland.

TM Ontsluiting: fotomateriaal kan opgezocht worden aan de hand van een

zoekmachine die peilt naar trefwoorden, identificatienummer, documenttype, collectie en/of vervaardiger. Bij de afbeeldingen (thumbnails die kunnen vergroot worden) horen metadata zoals omschrijving, herkomst, plaats, datum en afmetingen. De foto's kunnen via de website besteld worden in verschillende formaten. Daarbij worden scan-, afdruk- en administratiekosten gerekend (en eventueel additionele kosten voor het branden van foto's op cd-rom). Levering gebeurt via de post, maar is eveneens mogelijk via e-mail. Betaling gebeurt via bankoverschrijving. Pas na ontvangst van betaling wordt de bestelling uitgevoerd.

Literaire foto's

De verzameling literaire foto's bestaat naar eigen zeggen uit meer dan 10 000 portretten en andere afbeeldingen van personen die op de één of andere manier betrokken zijn geweest bij de Friese literatuur, de Friese Beweging of de Friese geschiedenis in het algemeen.

™ Ontsluiting: fotomateriaal kan opgezocht worden aan de hand van voor- en achternamen, via locatie, trefwoorden e.a. Resultaten worden weergegeven volgens naam/nummer, omschrijving/opmerking, 'fierder' en een thumbnail afbeelding die kan uitvergroot worden. Bij elke uitvergrote foto horen metadata zoals naam (van de persoon op de foto), copyright (houder en adres) en datum. Foto's uit deze verzameling kunnen niet aangekocht worden via de website.

Geluidsopnamen

Deze collectie bevat 3957 geluidsopnamen van Friese of Nederlandse gedichten waarvan sommige ook in een videofragment worden voorgelezen. Het gaat om fragmenten uit het voormalige FLMD, aangevuld met Operaesje Fers-gedichten.

™ Ontsluiting: gedichten kunnen opgezocht worden volgens taal (Nederlands, Fries en overige), trefwoorden en categorie. Bovendien wordt ook een lijst met schrijvers weergegeven, waarbij steeds het aantal gedichten van hun hand vermeld worden. Resultaten worden weergegeven aan de hand van hun titel, taal, jaartal en categorie. Het beluisteren en/of bekijken van gedichten gebeurt in een extern venster, aan de hand van audio- en videostreaming. Bovendien kan de bezoeker op de website een lijst met favoriete gedichten aanmaken en beheren. De lijst blijft behouden voor volgende bezoeken aan de website. De fragmenten kunnen niet aangekocht worden via de website, maar kunnen wel naar vrienden doorgestuurd worden.

Tresoar catalogus

Deze catalogus bevat een overzicht van 1856 video- en geluidsfragmenten. Het gaat om een digitale catalogus, die geen audiovisueel materiaal online ontsluit.

™ Ontsluiting: gewenst materiaal kan ter plekke opgevraagd en

geraadpleegd worden.

Omrop Fryslân

Tresoar heeft samen met Omrop Fryslân onderzoek uitgevoerd naar de ontsluitingsmogelijkheden van het audiovisueel archief van de Omrop. Een selectie van in totaal ongeveer 175 radio- en tv-uitzendingen uit het verleden werd gedigitaliseerd en online ontsloten. Het gaat in de eerste plaats om een proefproject, dat erop gericht is de implicaties voor verbinding en server na te gaan. De komende jaren wordt het project met subsidies van de provincie voortgezet.

™ Ontsluiting: ongeveer 155 videofragmenten over diverse (Friese) onderwerpen (elfstedentocht, Hjoed-uitzendingen, enz.) worden in externe vensters via videostreaming aangeboden. Daarnaast plaatste Tresoar een twintigtal radio-uitzendingen uit het jaar 1994 online, die via audiostreaming toegankelijk gemaakt worden. Zoals vermeld, wordt het audiovisueel materiaal in een streaming media formaat aangeboden, 48 kbps voor audio en 512 kbps voor film. In het laatste geval is een breedband verbinding nodig. Het materiaal is niet te koop/te huur via de website.

Dorpsfilms

Deze verzameling bevat 22 dorpsfilms die door Fries filmmaker Johan Adolfs in de jaren '50-'60 van de twintigste eeuw gemaakt werden.

™ Ontsluiting: de 22 films worden vergezeld van een korte inleiding en verschijnen in een extern venster, via videostreaming. De films worden niet te koop/te huur aangeboden.

Jong Tresoar (platform voor kinderen)

Jong Tresoar is een platform op maat van het onderwijs en richt zich daarbij zowel op de leerling (studiemateriaal) als op de leerkracht (bronnenmateriaal). Verschillende onderdelen maken de leerling en leerkracht op een interactieve manier wegwijs in verschillende aspecten van de Friese en Nederlandse geschiedenis. Zo is er de toepassing '*Educatieve bronnen*'. Via een tijdslijn wordt geschiedkundig bronnenmateriaal aangeboden, in de vorm van tekst- en fotomateriaal. Verder is er een toepassing over het Oeralindaboek. Deze toepassing is opgebouwd uit fotomateriaal, filmpjes, geluidsmateriaal en opdrachten (bijvoorbeeld Oeralindataal ontcijferen). De website bevat onder meer ook een interactieve toepassing over wonen in de 20^{ste} eeuw en een lespakket voor leerkrachten met verschillende kaarten uit de Friese geschiedenis. Het lespakket kan besteld worden bij Tresoar.

™ Ontsluiting: Jong Tresoar opent in een extern venster en bevat de bovenvermelde toepassingen, die op hun beurt ook in een extern venster verschijnen. Audiovisueel materiaal op de website wordt via audio- en videostreaming ontsloten en is gratis toegankelijk. Er is kennelijk geen registratie of licentie nodig om de content te raadplegen.



Afbeelding 11: screenshot Jong Tresoar

5.3.3. Rechtenproblematiek

Op veel foto's en audiovisueel materiaal uit de twintigste eeuw rust auteursrecht. Deze kunnen bijgevolg niet zonder toestemming via internet ontsloten worden. Tresoar is erin geslaagd afspraken te maken met een aantal Friese auteurs (fotografen, filmmakers, enz.), zodat het materiaal toch vrijgegeven kan worden op de website. In andere gevallen werden afspraken gemaakt met de oorspronkelijke uitgevers (bijvoorbeeld geluidsopnamen van Omrop Fryslân). Tenslotte is van bepaald historisch materiaal niet of nauwelijks te achterhalen of er nog auteursrecht geldig is en wie de houder is. Bezoekers die onderdelen ontdekken waarvan zij de rechten bezitten ofwel waarvan zij bezwaar hebben tegen publicatie, worden verzocht contact op te nemen met de instelling. In verband met copyright van de literaire foto's worden bij een deel van de foto's alleen de beschrijvingen en thumbnails vrijgegeven.

5.4. Betalingsmodaliteiten

De contentdistributie en betalingsvorm binnen Tresoar sluiten aan bij het *bricks-and-clicks model*. Beide platformen zijn in hoofdzaak gratis toegankelijk. Op het portaal van Tresoar zijn alleen aankopen mogelijk binnen het Fries fotoarchief. Betaling gebeurt via bankoverschrijving. Pas wanneer de betaling geregistreerd is bij Tresoar, wordt de bestelling uitgevoerd.

Toegang tot het onderwijsplatform Jong Tresoar is eveneens gratis, en vereist geen registratie, licentie, toegangscode e.d. Anderzijds biedt het onderwijsplatform lespakketten aan, aan leerkrachten. Die kunnen aangekocht worden via Tresoar (het wordt niet verduidelijkt hoe de betaling in dit geval gebeurt).

6. Cultureplayer (Nederland)

Website: <http://www.cultureplayer.nl/>

6.1. Achtergrond

Algemeen

Cultureplayer wil tien sterke spelers in de Amsterdamse culturele sector ondersteunen bij het verstevigen van hun internetstrategie. Hierbij maken de instellingen gebruik van de kennis van Fabchannel op het gebied van software ontwikkeling, intellectueel eigendom en businessmodellering. Deelnemende organisaties worden begeleid bij het vinden van antwoorden op vragen zoals: 'Wat wil ik mijn publiek via interactieve media als het Internet bieden?', 'Hoe maak ik registraties van voorstellingen, concerten en/of evenementen, die passen in het verwachtingspatroon van mijn publiek, en passen bij mijn organisatie?' en 'Hoe regelen we de rechten met de optredende kunstenaars en hun commerciële vertegenwoordigers?'. De instellingen zijn geselecteerd vanwege de spreiding over de diverse cultuurdisciplines en hun nationale en internationale uitstraling.

Content

In dit project werken de volgende Amsterdamse culturele instellingen samen aan de online distributie van beelden van hun voorstellingen en exposities: De Nederlandse Opera, Concertgebouw en -orkest, Stadsschouwburg, Rijksmuseum, Van Gogh Museum, Meervaart/Studio-West, Holland Festival, IDFA en de Openbare Bibliotheek Amsterdam.

Funding

Cultureplayer is een initiatief van het Amsterdams Uitburo, Fabchannel en FutureWeb. Deze instellingen brengen met name hun expertise op het gebied van techniek, rechten, breedbanddiensten en marketing in. Cultureplayer wordt gefinancierd door het ministerie van OCW en de gemeente Amsterdam. Het Amsterdams Uitburo is de promotor van het culturele aanbod en de publiekswerving in Amsterdam, Fabchannel verzorgt registraties van uitvoeringen in Paradiso en De Melkweg en ontsluit deze wereldwijd via internet. FutureWeb heeft als doelstelling om bedrijven en projecten, die superbreedband producten en diensten ontwikkelen, samen te brengen.

6.2. Doelgroep

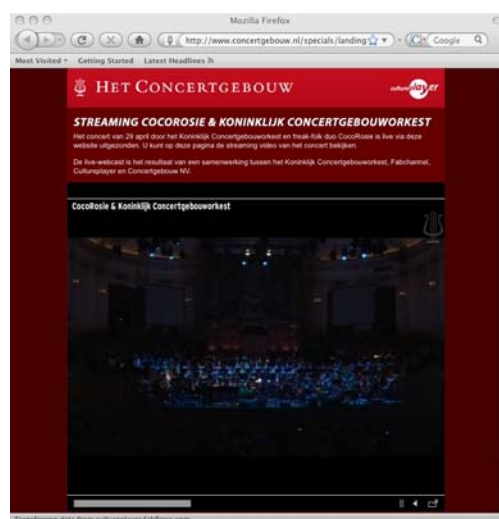
In de eerste plaats wil Cultureplayer de deelnemende instellingen ondersteunen. Het uiteindelijke doel bestaat erin een veel groter publiek te laten meegenieten van het (Amsterdamse) culturele leven. Cultureplayer geeft ook aan dat via het Internet een ander (en jonger) publiek bereikt kan worden:

'Het bijzondere aan Cultureplayer is dat cultuur toegankelijker wordt voor een veel groter publiek. Bovendien laten we aan de rest van de wereld zien wat Amsterdam allemaal te bieden heeft. Zo kunnen Amsterdammers overal ter wereld volgen wat er in hun stad op cultureel gebied gebeurt' (zie website Cultureplayer)

6.3. Ontsluiting

Projecten van de deelnemende instellingen doorlopen steeds vier fases. In een eerste fase worden de benodigde kwalificaties opgebouwd. De instellingen krijgen hiertoe ondersteuning op het vlak van ict, als marketing, rechten en internetstrategie. Binnen Cultureplayer wordt bovendien onderzocht welke producten en markten kunnen worden bereikt. In een tweede fase wordt een marketingconcept uitgedacht voor de organisatie. Bepalende factoren daarbij zijn het publiek en de relaties met partners, instellingen en bedrijven (zoals sponsors). De derde fase (proof-of-concept) omvat het concreter uitdenken van strategieën gedefinieerd in fasen 1 en 2. Dit betekent onder meer het maken van registraties van uitvoeringen, live streaming of on demand aangeboden via het net; het ontwikkelen van dvd's/cd's in eigen beheer, het registreren van voorstellingen voor specifieke doelgroepen (onderwijs, toeristen, enz), creatie van trailers, testimonials, making of's en narrowcasting (bvb. opnames vertoond bij de verkooppunten). In de vierde fase wordt het proof of concept uitgevoerd en geïmplementeerd binnen de werking de culturele instelling.

Cultureplayer biedt met andere woorden (financiële) steun voor de ontwikkeling en realisatie van bepaalde toepassingen en strategieën, maar het levert enkel een basis. Voor de integratie van de toepassingen op lange termijn dienen deelnemende organisaties zelf in te staan en eventueel andere financiële bronnen aan te spreken. Cultureplayer heeft bijgevolg geen eigen fysieke of online collecties, noch beheert het zelf (gecontextualiseerde) platformen. Met name in de derde fase van het proces binnen Cultureplayer wordt de basis gelegd voor een eventueel verdere uitwerking van een duurzame content ontsluiting via het Internet. Deelnemende instellingen bepalen zelf welke culturele content met behulp van Cultureplayer gestreamd wordt, en hoe hieraan vorm wordt gegeven.



STREAMING COCOROSIE & KONINKLIJK CONCERTGEBOUWORKEST

Het concert van 29 april door het Koninklijk Concertgebouworkest en freak-folk duo CocoRosie is live via deze website uitgezonden. U kunt op deze pagina de streaming video van het concert bekijken.

De live-webcast is het resultaat van een samenwerking tussen het Koninklijk Concertgebouworkest, Fabchannel, Cultureplayer en Concertgebouw NV.

Afbeelding 12: Screenshot (boven) en detail (onder) van het streaming concert van CocoRosie in Het Concertgebouw in samenwerking met onder andere Cultureplayer

6.3.1. Rechtenproblematiek

Cultureplayer moet beschouwd worden als een kader waarbinnen de betrokken instellingen zelf diensten uitbouwen. Derhalve kan er wat Cultureplayer op zichzelf betreft geen informale gegeven worden inzake de rechtenproblematiek.

6.4. Betalingsmodaliteiten

Cultureplayer was in eerste instantie een onderzoeks- en testproject. Daarbinnen werden diverse activiteiten ontwikkeld die kunnen verschillen inzake de betalingsmodaliteiten.

7. SURFnet (Nederland)

Website: <http://www.surfnet.nl/nl/Pages/default.aspx>;

<http://www.surfmedia.nl/Pages/Home.aspx>

7.1. Achtergrond

Algemeen

SURFnet maakt deel uit van de SURF-organisatie, waarin Nederlandse universiteiten, hogescholen en onderzoeksinstituten nationaal en internationaal samenwerken aan innovatieve ICT-voorzieningen. Via een netwerkinfrastructuur zijn 160 instellingen in hoger onderwijs en onderzoek met elkaar verbonden. Andere onderdelen van de SURF-organisatie zijn SURFfoundation en SURFdiensten. SURFfoundation initieert, regisseert en stimuleert ICT-vernieuwingen door kennisdeling en partnerschappen. SURFdiensten zorgt voor doelgroep licenties voor software. SURFnet telt 60 medewerkers.

Content/diensten

Als landelijk netwerk verbindt SURFnet de lokale netwerken van de op SURFnet aangesloten instellingen met elkaar. Daarnaast zorgt SURFnet voor de verbindingen met andere netwerken in binnen- en buitenland. Deze internationale verbindingen worden regelmatig opgevoerd in bandbreedte om de SURFnet-gebruiker een optimale verbinding te kunnen blijven geven met collega's en informatiediensten buiten SURFnet. SURFnet biedt met andere woorden diensten aan om content uit te wisselen, maar bezit noch verspreidt eigen content.

Funding

SURFnet heeft naar eigen zeggen 'een publieke opdracht' en is daarin vooral gericht op het bevorderen van innovatie.

7.2. Doelgroep

SURFnet levert hoogwaardige netwerkdiensten aan instellingen die zich richten op wetenschappelijk onderzoek en hoger onderwijs. Studenten, docenten, onderzoekers en netwerkbeheerders maken dagelijks gebruik van ons netwerk. SURFnet sluit alleen instellingen aan die behoren tot haar doelgroep, door de organisatie als volgt omschreven: universiteiten, academische ziekenhuizen en STZ-ziekenhuizen, hogescholen, onderzoeksinstituten en vergelijkbare instellingen, researchafdelingen van bedrijven, bibliotheken en overige door het Ministerie van OC&W gefinancierde instellingen. Anders gesteld, alle door het Ministerie van OC&W gefinancierde instellingen mogen gebruik maken van het SURFnet netwerk.

7.3. Ontsluiting

7.3.1. Collectie

Fysieke en online collectie

Het is problematisch om het te hebben over een audiovisuele SURFnet-collectie. Omdat SURFnet dienst doet als netwerkinfrastructuur, moet de audiovisuele content gezocht worden bij de deelnemende instellingen.

7.3.2. Platformen en contextualisering

SURFmedia

SURFmedia is een dienst van SURFnet en kan omschreven worden als een on-demand en live streaming mediadienst door en voor het hoger onderwijs. SURFmedia is bedoeld voor studenten, docenten en onderzoekers in het hoger onderwijs en onderzoek en bestaat uit de Mediatheek, RTV gids en de Media Academie. De Mediatheek bevat een uitgebreide en goed doorzoekbare collectie audiovisueel materiaal, opgebouwd door onder meer docenten, onderzoekers, studenten, Beeld en Geluid. Uiteenlopende organisaties en instanties zijn aangesloten bij SURFmedia (Nationaal Archief, Max Planck Instituut, Politieacademia, Radboud Universiteit Nijmegen, enz.)

™ Ontsluiting: via de RTV gids kunnen studenten, docenten en onderzoekers live TV en radio programma's ontvangen, en zelf uitzenden. In de Media Academie wordt kennis uitgewisseld over het gebruik van streaming media in het hoger onderwijs. Enkele belangrijke kenmerken van SURFmedia zijn het delen en verrijken (bijvoorbeeld via user generated content zoals tagging, reviews, enz.), het afschermen van audio- en videobestanden en het overzichtelijk presenteren van AV-materiaal.

Beeld en Geluid in Academia

Beeld en Geluid in Academia geeft toegang tot duizenden uren streaming content voor het hoger onderwijs in Nederland, uit de archieven van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid. Tot nu toe bevat de collectie naar eigen zeggen ongeveer 6000 uur aan – voornamelijk – televisiemateriaal. Deze collectie wordt verder uitgebreid met radio- en fotomateriaal en achtergrondartikelen. Bovendien is er ook de toevoeging van twee unieke collecties uit de archieven van Beeld en Geluid: het werk van de natuurfilmer Van Lawick en de animatiecineasten Crama & Brouwer.

™ Ontsluiting: aan de hand van verschillende thema's, zoals mediageschiedenis, entertainment en politiek en recht, is een aantal dossiers samengesteld met video, audio, foto's en teksten. Een klein deel van de collectie zal volgens de website van SURFmedia te zien zijn in extra hoge beeldkwaliteit. Dit geldt bijvoorbeeld voor de natuurdocumentaire van Hugo van Lawick. Hiermee worden zijn films voor het eerst online toegankelijk voor onderwijs en onderzoek.

7.3.3. Rechtenproblematiek

Op alle door SURFnet verspreide informatie via de website rust auteursrecht. De auteur heeft de exclusieve bevoegdheid zijn werk te exploiteren door middel van een openbaarmaking of veeleenvoudiging in de zin van artikel 1 van de Auteurswet. Dit absoluut vermogensrecht is overdraagbaar. SURFnet hanteert hiervoor een licentie.

7.4. Betalingsmodaliteiten

Vanaf mei 2004 biedt SURFnet service providers die scholen in het primair en voortgezet onderwijs bedienen, een gunstig geprijsde internet uplink service. Hierdoor kunnen onderwijs service providers via een regionale 1 Gbit/s poort het verzamelde verkeer van scholen uit die regio op het SURFnet-netwerk afleveren.

Het bekijken van materiaal (live en on-demand) is in principe gratis voor iedereen en wordt alleen eventueel beperkt door de door eigenaar gebruikte afscherming (dit geldt alleen voor on-demand mediabestanden). Voor gebruik van materiaal van externe contentleveranciers dient doorgaans een licentie te worden afgesloten tussen de instelling en SURFdiensten. Het zelf beschikbaar stellen van (on-demand) materiaal is gratis voor geregistreerde gebruikers tot een bepaalde hoeveelheid schijfruimte. Voor instellingen is het mogelijk tegen betaling het quotum voor haar medewerkers en studenten te verhogen.

8. L'Institut National de l'audiovisuel (INA) (Frankrijk)

Website: <http://www.ina.fr/>; <http://chansons.ina.fr/>;

<http://fr.youtube.com/inachansons>; <http://www.ina-festivaldecannes.com/>;

<http://mai68.ina.fr/>

8.1. Achtergrond

Algemeen

L'Institut National de l'Audiovisuel (INA) is het resultaat van de splitsing van de Office de Radiodiffusion Télévision Française (ORTF) in 1974. Naast het behoud van het Franse audiovisuele patrimonium, wijdt het zich aan restaurering en commercialisering van het archiefmateriaal. Daarnaast maakt onderzoek, opleiding en productie in de audiovisuele sector een belangrijk deel uit van de werking van het instituut. Het INA is actief in uiteenlopende activiteiten binnen de Franse audiovisuele industrie.

Content

Het instituut bewaart en beheert programma's van de Franse openbare radio- en televisiezenders. Het instituut beheert, ordent en ontsluit de Franse radio- en televisie archieven van de laatste 70 jaar.

Funding

Het INA is een openbare instelling, i.e. een EPIC (Etablissement Public de l'Etat à caractère Industriel et Commercial). Dit houdt in dat de directeur benoemd wordt door leden van van de Raad van Administratie van de Franse staat voor een periode van vijf jaar. Volgens een studie van Jill Teasley voor het Interpares 2 Project (2005) wordt het instituut gesubsidieerd door het Franse Ministère de la Culture et de la Communication.⁵ Op twee externe INA-platformen wordt geadverteerd (door bedrijven in de auto-industrie).

8.2. Doelgroep

Uit de organisatie van de website, en in het bijzonder uit de opdeling van de zoektools, blijkt dat het instituut zich afzonderlijk richt tot drie groepen: het grote publiek, professionelen en universitair/onderzoekers.

8.3. Ontsluiting

8.3.1. Collectie

Fysieke collectie

⁵ Het volledige verslag kan nagelezen worden op de volgende webstek:
http://www.interpares.org/display_file.cfm?doc=ip2_mustica_GLOSSARY.pdf

De collectie bestaat uit drie miljoen audiovisuele items, waarvan 400 000 uren aan radio-uitzendingen en 350 000 uren televisiemateriaal. Sinds 2006 werd een deel van het archief digitaal ontsloten. De depotplicht zorgt ervoor dat het INA jaarlijks ongeveer 600 000 televisie- en radio-uren verzamelt. Op dit moment registreert het instituut uitzendingen van 58 televisiezenders en 17 radiozenders. Het doel bestaat erin tegen 2015 het volledige audiovisuele erfgoed van Frankrijk gerestaureerd te hebben.

Collectie online

Vandaag kan naar eigen zeggen 10% van het archief, ongeveer 10 000 uren en 100 000 uitzendingen van nieuws, series en entertainment, online geraadpleegd worden via een zoekfunctie op de website van het instituut. Het instituut heeft bovendien drie themasites: Place aux Chansons, Chronique d'un festival (in samenwerking met het filmfestival van Cannes) en Mai 68, la revolution en images (in samenwerking met Libération).

8.3.2. Platformen en contextualisering

Het beleid van het INA heeft een uitgesproken educatieve en culturele inslag. Het zet zich in voor beelddeducatie voor het brede publiek en het verspreidt audiovisuele content op festivals, retrospectieven, tentoonstellingen, enz. Het produceert en redigeert ook zelf audiovisuele content en multimedia voor diverse actoren in het nationale en internationale audiovisuele veld. In Studio Hypermedia worden uiteenlopende interactieve programma's ontwikkeld over en met het archiefmateriaal van het instituut. Bovendien heeft het een eigen opleidingscentrum, waar het opleidingspakketten op maat kan geven. Volgens cijfers op de website van het instituut kiezen jaarlijks ongeveer 5500 personen voor deze opleidingen.

Omdat sinds 1992 ook televisie- en radio-uitzendingen onder de depotplicht vallen, hebben steeds meer onderzoekers, docenten en studenten de toegang gevonden tot de archieven en heeft het instituut naar eigen zeggen een meer uitgesproken user-based approach ontwikkeld en expertise opgedaan in de ontwikkeling van gebruiksvriendelijke interfaces voor het consulteren van de archieven. Uit cijfers van het instituut blijkt dat jaarlijks 5000 personen het archief consulteren.

Het INA richt zich, zoals vermeld, voornamelijk tot drie doelgroepen: het brede publiek, professionelen en universitair/onderzoekers en ontwikkelde in functie van deze groepen verschillende platformen en zoekmogelijkheden op zijn website.



Abbeelding 13: screenshots van het professioneel en universitair platform van INA

Publieksplatform

De ruimte voor het grote publiek heeft een manifest culturele en educatieve opzet en is zeer gebruikersgericht. Contextualisering betekent in het geval van het brede publieksplatform dat fragmenten onder bepaalde thema's worden samengeplaatst, en in sommige onderdelen vergezeld gaan van kaderende of kritische teksten. Beschikbare online AV-content voor het grote publiek behelst 19 000 uren archiefmateriaal en wordt volgens drie modi beschikbaar gemaakt: 'explorer', 'découvrir' en 'partager'.

™ Ontsluiting: het archief wordt in de eerste plaats ontsloten volgens thema, persoonlijkheden, decennia en programma. De nadruk ligt op het verkennen van het audiovisueel erfgoed van Frankrijk ('*explorer*'). Een tweede luik is gericht op de meer avontuurlijke bezoeker, die wil ontdekken ('*découvrir*'). Medewerkers van het instituut plaatsen geregeld nieuwe fragmenten in deze rubriek. De bezoeker kan in dit luik ook het nieuwsfragment van zijn/haar geboortedag opzoeken en bekijken (tot zover als 1973 voor televisie-uitzendingen en 1964 voor radio-uitzendingen). In een derde luik selecteert het INA maandelijks opvallende persoonlijkheden, gebeurtenissen en beeldfragmenten ('*partager*'). In dit deel werd ook een thematisch forum ingebouwd, waarin het instituut thema's en discussiepunten voorlegt, waarop bezoekers kunnen reageren (vb. '*Que pensez-vous des vidéos comme outil d'apprentissage?*'). In het algemeen, en geldend voor de online distributie van de AV-content binnen de verschillende modi, kan gesteld worden dat de ontsluiting van de videofragmenten gebeurt via videostreaming. De gebruiker kan de filmpjes naar vrienden zenden en beoordelen door aan te klikken dat het materiaal hem/haar beviel. Bij de videofragmenten wordt vermeld hoeveel keer het werd bekeken en hoeveel keer het werd aangegeven als bevredigend. Bovendien staan naast elk filmpje een aantal kernwoorden die, wanneer aangeklikt, doorverwijzen naar gerelateerd materiaal. Er kan geen commentaar geleverd worden bij de videofragmenten.

De vierde en tevens laatste modus binnen de interface voor het grote publiek is sterk gericht op educatie ('*apprendre*'). Het biedt verschillende gecontextualiseerde pakketten aan, op maat van verschillende doelgroepen binnen het onderwijs.

™ Ontsluiting: binnen de modus '*apprendre*' worden drie videocollecties ontsloten voor drie schoolgroepen: '*college*', '*lycée*', '*superieure*'. Naast deze collecties, is er

ook een interactieve collectie '@propos' (bestaande uit gesprekken met bepaalde persoonlijkheden, in combinatie met samenvattingen, tijdslijnen, transcripties, bi(bli)ografieën, enz.) en een dossier, bijvoorbeeld over Israel. In dit luik hoort ook een geschiedkundige collectie, onder de noemer 'Jalons'. Met de steun van het Ministère Education Nationale selecteerde het INA honderden video- en geluidsfragmenten die een overzicht geven van geschiedkundige, politieke, culturele en socio-economische verschuivingen van de afgelopen eeuw. Deze worden gratis via videostreaming beschikbaar gesteld.

Ten slotte biedt de interface voor het brede publiek de mogelijkheid om e-cards te verzenden en schermachtergronden en andere multimedia-animatie te downloaden.

Professioneel platform

Zoals reeds vermeld, ontwierp het instituut afzonderlijke ontsluitings- en distributiemodellen voor de verschillende doelgroepen. In 2004 ontwikkelde het instituut Inamediapro, een digitale catalogus die de audiovisuele archieven via het internet toegankelijk maakt. De catalogus richt zich in de eerste plaats tot personen en instellingen die zich in professioneel verband met audiovisuele content bezighouden en bestaat intussen uit 2 miljoen audiovisuele fragmenten met een Engelse vertaling en meer dan 300 000 archiefuren. Contextualisering speelt hier op structureel vlak: de catalogus kreeg nagenoeg 300 thematische indelingen. De collectie die via Inamediapro online toegankelijk is, neemt jaarlijks toe met ongeveer 50 000 uitzendingen.

™ Ontsluiting: de gebruiker dient zich via een uitgebreide procedure te registreren om in aanmerking te komen voor een toegangscode voor de catalogus. Via een zoekmotor kan het gewenste materiaal gevonden worden en gedeeltelijk of in zijn totaliteit worden bekeken. Een bestelling kan overgemaakt worden aan het instituut.

Universitair platform

Het instituut richtte in 1995 bovendien de Inatheek op, een fysiek consultatie- en studiecentrum, specifiek gericht op personen en instellingen die zich met onderzoek bezig houden. De Inatheek registreert uitzendingen van een honderdtal nationale en internationale televisiezenders en van 20 grote radiozenders, de klok rond. Jaarlijks worden duizenden uren audiovisuele content verzameld, bewaard en beschreven. Het instituut participeert ook in onderzoeksprojecten. Zo was het betrokken bij Prestospace, een Europees project met 34 partners uit negen landen. Er is kennelijk geen contextualisering van content in dit platform.

™ Ontsluiting: de Inatheek is ondergebracht in de Nationale Bibliotheek van Frankrijk in Parijs (site Francois Mitterand) en kan daar geconsulteerd worden. Bovendien is de Inatheekcatalogus online geplaatst, '(a)fin de faciliter les travaux de recherches'. De gebruiker kan zoeken binnen radioprogramma's en televisieprogramma's (hertz, kabel en satelliet), volgens zender, titel en generiek.

Naast de verschillende platformen op het webportaal, werkt het INA mee aan de uitbouw van drie externe websites, elk over een bepaald onderwerp. De websites bundelen respectievelijk informatie over het Franse lied, het filmfestival van Cannes en de gebeurtenissen in mei 1968. Contextualisering is in elk van deze drie platforms in sterke mate aanwezig en uit zich in de structurele bundeling en/of inhoudelijke verdieping van audiovisueel archiefmateriaal van het instituut.

Place aux Chansons

Naar aanleiding van het Feest van de Muziek, zette het instituut in 2007 de website 'Place aux Chansons' op. Deze themasite bundelt audiovisueel materiaal over het Franse lied. Het INA biedt de gebruiker ook op dit platform een aantal gratis 'e-goodies' aan zoals beltonen, screensavers, enz.

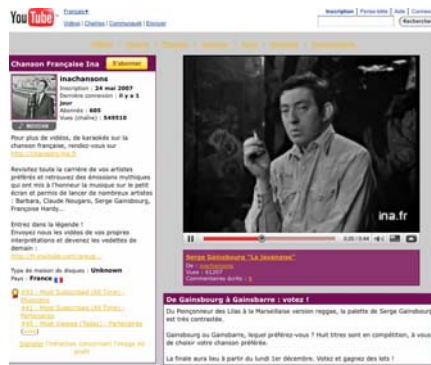
TM Ontsluiting: de website bevat circa 2000 muziekvideo's voornamelijk van Franse artiesten die via streaming of als download beschikbaar gemaakt worden (al dan niet tegen betaling). De muziek kan op de website geraadpleegd worden volgens artiest (141 playlists), genre (72 playlists), jaartal (25 playlists), uitzending (27 playlists) en playlists die door de gebruiker zelf zijn aangemaakt. Opvallend is ook de karaoke functie. Gebruikers krijgen in dat geval via videostreaming een Franse artiest te zien die optreedt, met, in karaokestijl, onderaan het beeld de bijhorende liedjestekst. Bij elk muziekfragment hoort een korte commentaar, een aantal gerelateerde items en de mogelijkheid om het fragment te bookmarken en met anderen te delen.



Afbeelding 14: screenshot karaokefunctie Place aux Chansons

YouTube

De inhoud van het muziekplatform van het INA ook te raadplegen op een branded channel van de Franse versie van YouTube (<http://fr.youtube.com/inachansons>). Anders dan op de themasite is hier ruimte voor user generated content.



Afbeelding 15: screenshot van het INA op YouTube

Chroniques d'un Festival

Deze website bundelt in verschillende categorieën korte historische en hedendaagse fragmenten over het filmfestival van Cannes. Er zijn eveneens interactieve componenten ingebouwd zoals een quiz en een Fresque Interactive, die aan de hand van een audiovisuele tijdslijn de geschiedenis van het filmfestival in kaart brengt. De content op dit platform wordt in zekere mate inhoudelijk gekaderd. Er zijn eveneens verschillende e-goodies (wallpapers, e-cards, enz.) beschikbaar tegen betaling.

™ Ontsluiting: deze themasite bundelt talloze korte fragmenten over het filmfestival en ontsluit ze via videostreaming. Bij de clips horen een titel, het jaartal van opname, de duur van het fragment en een korte beschrijving. Kijkers kunnen de fragmenten doorzenden naar vrienden en een beoordeling toekennen. De fragmenten zijn gratis te raadplegen in klein formaat, een full screen versie kan verkregen worden mits betaling.

Mai '68, La Revolution en Images

Deze themasite bundelt geluids- en videofragmenten over de gebeurtenissen in mei '68, volgens bepaalde thema's. Naast korte audiovisuele fragmentjes, worden op de website dvd's verkocht over het thema. Net zoals de andere INA-platformen, biedt ook Mai '68 e-goodies aan tegen betaling.

™ Ontsluiting: de themawebsite bundelt fragmenten over de gebeurtenissen van mei 1968 in 4 delen. Onder de categorie '*Chroniques*' worden 68 fragmenten aangeboden via videostreaming. Ze worden weergegeven in een klein formaat, het is niet duidelijk of het fragment na aankoop in een full screen versie gedownload wordt. Een tweede onderdeel zijn de '*Selections*'. Hier worden audiofragmenten vrijgegeven, in 7 categorieën. Deze fragmenten worden niet te koop aangeboden, maar kunnen wel met anderen gedeeld worden en een beoordeling krijgen. Ten derde zijn er 6 '*Dossiers*' die een bepaald aspect of een bepaalde figuur uit die tijd belichten ('*La Revolution Culturelle*', '*Martin Luther King*', enz.), geïllustreerd aan de hand van videofragmenten. De videoclips in de dossiers kunnen aangekocht worden. In het onderdeel '*Decouverte*' worden ten slotte 25 zogenaamde documenten ondergebracht die door de beheerders werden geselecteerd. Het gaat opnieuw om videoclips die in een klein formaat gratis te bezichtigen zijn, maar

eveneens aangekocht kunnen worden. Het is onduidelijk in welk formaat de clips geleverd worden.

8.3.3. Rechtenproblematiek

Content die wordt aangeboden door het INA (op de portaalsite en op de externe platformen) is beschermd door de 'Code de la Propriété Intellectuelle français'. Fragmenten mogen alleen voor eigen, familiaal of educatief gebruik dienen. Om illegale kopieën eenvoudig te identificeren, heeft INA alle fragmenten voorzien van een numerieke code ('Le tatouage Thomson') die de eigenaar-koper van het fragment weergeeft, en een code die toestaat dat enkel de koper het fragment kan bekijken ('Le cryptage DivX').

8.4. Betalingsmodaliteiten

Om het Franse audiovisueel erfgoed verder te behouden en te verspreiden, maar ook om de financiële slagkracht te vergroten, verhuurt en verkoopt het instituut AV-content. Bepaald materiaal kan als *pay-per-view* online aangekocht worden via bank- en kredietkaarten of kan in het geval van sommige providers gefactureerd worden op de internetfactuur. De bezoeker kan afleveringen per item aankopen (*l'achat à l'acte*) of een bepaald bedrag opladen, volgens verschillende formules en tarieven (Initiation 10 euro; Découverte, 20 euro; en Exploration, 50 euro). De tarieven zijn afhankelijk van de duur (minder dan tien minuten, tien tot dertig minuten, meer dan dertig minuten) en het genre (actualités/informations vs. documentaires/magazines vs. divertissements/variétés/fiction/sport/cinéma) van de gewenste items. Het is bovendien mogelijk om tegen betaling materiaal te huren voor een periode van maximaal 48 uur. Ook in dit geval varieert de prijs volgens genre en duur.



Afbeelding 16: screenshots van de tarieven (l.) en de betaalsite (r.) van het INA

Betalingsmodaliteiten op de verschillende externe platformen van INA zijn grotendeels gelijkaardig. Audiovisueel materiaal op Place aux Chansons en Chronique d'un Festival wordt deels gratis vrijgegeven op de respectievelijke websites: fragmenten in een klein formaat zijn gratis, een full screen versie kan gedownload worden tegen betaling (doorgaans 1 à 1.5 euro). In het geval van Mai '68 is het onduidelijk of de betaling (gelijkaardige bedragen) een full screen versie oplevert. Aankopen via de verschillende platformen gebeuren op dezelfde manier als op de portaalsite van het INA.

Moyens de paiement

Total du panier : 1.5 €

Votre crédit actuel de 0 € est insuffisant pour acheter ce panier .
Créditer votre compte par une formule prépayée ou payer 1.5 € par carte bancaire ou par internet plus .

En choisissant une formule pré-payée :
vous payez en une seule transaction sécurisée et vous consommez ensuite votre crédit à votre rythme

Achat à l'acte payer 1.5 €

Le crédit cadeau

bénéficier du crédit

Initiation 10 € créditer de 10€	Découverte 20 € gagnez 2 € créditer de 20€	Exploration 50 € gagnez 5 € créditer de 50€
---	---	--

Afbeelding 17: screenshot van de prepaidmogelijkheden van het INA

9. Österreichische Mediathek (Oostenrijk)

Website: <http://www.mediathek.ac.at/>

9.1. Achtergrond

Algemeen

De Österreichische Phonotheek werd in 2001 herdoopt tot de Österreichische Mediathek (OeM). Sinds de herstructurering is het een afdeling binnen het Technisch Museum van Wenen, dat verderop in de stad gevestigd is. De kernopdracht van de Mediathek bestaat erin *'to collect, to preserve and to make accessible the audio-visual cultural lore of Austria (excluding film and photography)'* en *'producing audio-visual source material (cultural and political events; everyday life etc.)'*.⁶

Content

Anders dan de archieven van het Technisch Museum, over de wereld en de ontwikkeling van techniek, bewaart en beheert de Mediathek voornamelijk opnames over de Oostenrijkse geschiedenis en cultuur. Het is niet duidelijk hoe de Mediathek in het bezit komt van de content, noch wat de herkomst van het audiovisueel materiaal is.

Funding

Samen met de naamsverandering kwam een nieuwe status. De Phonotheek/Mediathek maakte lange tijd deel uit van de federale administratie, maar werd gaandeweg ontvoegd tot een zelfstandige wetenschappelijke instelling. De voornaamste financiële steun komt nog steeds van de overheid en de moedermaatschappij blijft in publieke handen. Toch worden meer en meer financiële middelen verworven via andere bronnen:

'(Österreichische Mediathek) can act on the market like other business enterprises, but still the main money comes from the government of Austria ('Basisfinanzierung – basic funding') (...) in the case of digitising this means, that a part of the work is financed by the budget given to us by the government; another – increasing – part however is financed by scientific projects' (uit de e-mailcorrespondentie met Rainer Hubert, directeur van Österreichische Mediathek, zie bijlage 3)

Rainer Hubert wijst er echter op dat de Mediathek ook digitalisering verricht voor andere instellingen, een activiteit die een hoger budget oplevert. Anderzijds is, met het zicht op behoud op langetermijn, een stabiel budget (*'secure sources'*) nodig, iets wat projectsubsidies niet verzekeren. Langetermijn behoud wordt daarom met overheidsmiddelen bekostigd. Audiovisuele content op de website plaatsen en beheren wordt met een combinatie van overheidssubsidies en projectgebonden inkomsten gefinancierd.

⁶ Zoals door directeur Rainer Hubert gesteld werd. Voor meer informatie, zie: http://www.icognition.co.za/dev/iasa_new/prev_bulletin/Bull40.asp

9.2. Doelgroep

Er wordt geen doelgroep geformuleerd op de website van de mediathek. Toch blijkt uit de verschillende platformen (zie onder) dat een accent geplaatst wordt op de educatief-historische meerwaarde van de ontsluiting van het archief.

9.3. Ontsluiting

9.3.1. Collectie

Fysieke collectie

Het archief van OeM bevat ruim 360 000 dragers van beeld en geluid, in totaal meer dan één miljoen fragmenten audiovisueel materiaal. De collectie bestaat uit 12 000 videocassettes, 39 000 cd's, 21 000 langspeelplaten, 5000 DAT-cassettes, 43 000 geluidsbanden, 37 000 audiocassettes, 73 500 schellakplaten, 10 500 singles en 500 DVD's.

Collectie online

In 2000 is de Mediathek gestart met de digitalisering van het archief. Sindsdien wordt meer en meer materiaal digitaal ontsloten en beschikbaar gesteld via de website van de instelling. Die bevat een digitale versie van de catalogus, met momenteel ongeveer 460 audio- en videofragmenten (*'Medienclips'*) die gratis via streaming kunnen beluisterd of bekeken worden. De beperkte ontsluiting via het internet is volgens het statusrapport van het Austrian Digital Heritage Initiative te wijten aan de rechtenproblematiek: *'(a)s in case of the Österreichische Mediathek, limited online access is partly due to the unclear copyright situation which currently [2005] allows the institution to only publish a selected 250 audio clips online, despite the fact that over 10.000 audio recordings have already been digitised.'*⁷ De online catalogus bevat daarnaast metadata (title, duur, inhoud,...) over de volledige collectie van de Mediathek.

9.3.2. Platformen en contextualisering

Het archief kan op twee manieren geraadpleegd worden. De bezoeker kan het archief consulteren in het museum – het Marchettihuis – zelf, of via het internet. Het Marchettihuis omsluit een studieruimte met tien plaatsen met een pc, waarvan vijf zijn uitgerust met voxboxen en er is een zogenaamde catalogusruimte met een bibliotheek, cd-archieven en toegang tot het internet. Het museum omsluit ook een seminariezaal en een hal voor 50 personen. Bezoekers dienen zich bij consultatie te registreren en betalen voor het bezoek een ingangsprijs.

⁷ Het statusrapport van 2006 is eveneens beschikbaar en herhaalt de rechtenproblematiek in het geval van de Österreichische Mediathek. Het statusrapport Austrian National Report 2005 kan geraadpleegd worden op: <http://www.digital-heritage.at/status/article.php?id=29>

Marchettihuis

Archiefmateriaal wordt in het Marchettihuis niet gecontextualiseerd ontsloten. De bezoeker kan ter plekke de catalogus ('Dabis') consulteren en gewenst materiaal opvragen. Voor analoge dragers wordt analoge apparatuur voorzien, gedigitaliseerde bestanden zijn er beschikbaar via voxboxen (pc's met geluidsinstallaties). Van het overgrote deel van de collectie kan ter plekke een kopie gemaakt worden. Het opgevraagde materiaal (exclusief radio- en televisie-uitzendingen) mag doorgaans op eigen apparatuur of dragers (laptops, cdroms,...) overgezet worden, in nauwe samenspraak met het museum. Bij deze verwerkingen worden kopieerkosten aangerekend. De instelling denkt hierbij vooral aan de educatieve mogelijkheden: door AV-content via kopieën vrij te geven, wordt het bijvoorbeeld mogelijk '*nicht (mehr) im Handel erhältliche Musikstücke und Wortaufnahmen zum Zweck intensiven Heimstudiums zugänglich zu machen*'.⁸

Het publiek moet zich niet noodzakelijk ter plekke aanmelden voor toegang tot de archieven. Meer en meer materiaal wordt door de instelling gedigitaliseerd en online ontsloten. Anders dan in de fysieke archiefruimte in Wenen, wordt op de website van de instelling bepaald materiaal uit de digitale catalogus wel in gecontextualiseerde platformen ondergebracht.

Portaalsite

Op de portaalwite van de OeM wordt content thematisch ondergebracht in de volgende aparte categorieën of 'galerijen': '*hun eeuwige woord*', '*muziek*', '*literatuur*', '*Oostenrijkse stemmen uit de 20^{ste} eeuw*' en ten slotte '*wetenschap en kunst*'. In de eerste categorie worden geluidsfragmenten opgenomen van bezoekers. Zij die dat wensen kunnen een geluidsbijdrage leveren van maximaal twee minuten. Mediathek bewaart de opname en plaatst ze, mits toestemming van de spreker, in de digitale catalogus.

TM Ontsluiting: de verschillende galerijen bevatten telkens een aantal streaming audio- en/of videofragmenten over het betreffende onderwerp (alfabetisch geordend volgens auteur/artiest/enz.).

Naast de digitale catalogus en de verschillende galerijen, wordt bepaalde content ontsloten op themasites, die ofwel op de portaalsite zelf worden opgeladen, ofwel via links op de website van het instituut toegankelijk zijn. Het gaat om zes onderdelen ('*Ausstellungen*'): een over Horst Winter, een over de ontwikkeling van radio, een over het staatsverdrag, een over Mozart, een over Gunther Schifter en een akoestische kroniek.

Horst Winter

Dit platform binnen de website van de Mediathek brengt de muzikale loopbaan van Horst Winter in beeld. De carrière van deze Oostenrijkse muzikant wordt opgedeeld in verschillende periodes en aangevuld door korte informatieve teksten over hem en het audiovisuele materiaal.

⁸ Voor meer informatie over de regelgeving van de Mediathek, zie:
http://www.mediathek.ac.at/publikumsbetrieb_1/Archiv-Ordnung/archiv.htm

™ Ontsluiting: ongeveer 60 geluidsfragmenten en 25 foto's zijn via streaming kosteloos toegankelijk voor de bezoeker. Dit platform maakt deel uit van de website van het instituut.

Radio

Het deel over de ontwikkeling van de radio wordt eveneens ingedeeld in verschillende tijdsperiodes.

™ Ontsluiting: ongeveer 43 audiofragmenten en 36 foto's worden op de website gratis weergegeven via audiostreaming.

Staatsverdrag

Het platform over het staatsverdrag wordt op een externe website weergegeven en bevat divers audiovisueel materiaal dat op een interactieve tijdslijn wordt weergegeven en gratis via streaming kan geraadpleegd worden. Voor de website over het staatsverdrag werkte het Technisch Museum Wenen/Mediathek samen met Telekom Austria, Osterreichische Nationalbibliothek, Film Archiv Austria en eye.com (webdesign).

Mozart

Dit platform verzamelt audiovisuele gegevens over de muzikale loopbaan van Mozart.

™ Ontsluiting: de Mozart-site opent in een extern venster en bevat ongeveer 125 audiofragmenten van Mozart (inclusief voorgedragen brieven) die in muzikale periodes zijn onderverdeeld, en een vijftigtal afbeeldingen van de componist en zijn leven (portretten, pamfletten, enz.). De fragmenten zijn gratis via streaming op de website te beluisteren.

Gunther Schifter

Dit platform bundelt audiovisueel materiaal over radiomaker Gunther Schifter.

™ Ontsluiting: de externe website over radiomaker Gunther Schifter bevat om en nabij 80 audiofragmenten die via streaming kosteloos toegankelijk zijn en een twintigtal foto's van de man.

Akoestische kroniek

Op dit platform wordt een overzicht gegeven van maatschappelijke, economische en culturele ontwikkelingen van 1900 tot 2000 aan de hand van fotomateriaal en geluidsfragmenten.

™ Ontsluiting: de tijdslijn wordt ingedeeld in meerjarige periodes (vb. '1900-1906'). Binnen elke periode worden gemiddeld een tiental audioverzamelingen ('*Psycho-analyse*') weergegeven die elk één of meerdere geluidsfragmenten ('*Interview met Sigmund Freud*') over bepaalde aspecten uit de betreffende periode (in totaal zijn er ongeveer 510 audioverzamelingen, met elk een aantal geluidsbestanden). Het materiaal in de akoestische kroniek is gratis te consulteren via streaming.

9.3.3. Rechtenproblematiek

Het museum heeft de rechten van een klein deel van collectie in handen (vooral eigen producties en opnamen). Toch beperkt de rechtenproblematiek de ontsluiting van AV-content via het internet. Slechts een klein aandeel van de archieven (op de website naar eigen zeggen 400 clips tegenover 10 000 gedigitaliseerde bestanden) kan legitiem online beschikbaar gemaakt. Directeur Rainer Hubert wijst echter op de ingrijpende gevolgen van een termijnsuitbreiding van auteursrechten:

'if the term of mechanical rights for audio productions would be extended from 50 to 95 years - as discussed in EU - this would be catastrophic for us: up till now free works would no longer be free, which would mean additional right clearances, which we would not be able to do' (uit de e-mailcorrespondentie met dr. Rainer Hubert).

9.4. Betalingsmodaliteiten

In het Marchettihuis is het mogelijk om mits betaling ('Kopierkosten') bepaald materiaal op eigen dragers te kopiëren (indien het gaat om persoonlijk gebruik). Per bezoek wordt de duur van het gekopieerd materiaal beperkt tot maximaal 45 minuten. De Mediathek biedt ter plekke ook een kopieerabonnement aan, op die manier stimuleert het naar eigen zeggen de verspreiding van audiovisueel materiaal dat niet meer in de reguliere handel te verkrijgen is. De instelling behoudt evenwel het recht om het kopieerabonnement op elk moment, en zonder motivering, stop te zetten.

De mediafragmenten in de online catalogus zijn integraal gratis te raadplegen via streaming. Noch op het webportaal van de Mediathek, noch op de externe platformen, wordt de bezoeker de mogelijkheid gegeven om AV-materiaal aan te kopen. De beslissing om de fragmenten niet te commercialiseren ligt in de visie van de Mediathek: *'at the moment all web-content (...) is non-commercial; we don't think, that there is 'money in it' to present sound (which is our main issue) in the web'* (uit de e-mailcorrespondentie met dr. Rainer Hubert). De Mediathek ziet meer inkomstmogelijkheden in het leveren van digitaliseringsdiensten aan anderen: *'digitising for third parties seem to us a better way to get additional means'* (ibid.).

10. Visual Arts Data Service (VADS) (Groot-Brittanië)

Website: <http://vads.ahds.ac.uk/>

10.1. Achtergrond

Algemeen

Visual Arts Data Service (VADS) werd in 1997 operatief en is een online databank in het domein van de visuele kunsten. Het maakt deel uit van de Britse Arts and Humanities Data Service (AHDS), een dienst voor de ontsluiting van digitale bronnen voor het onderwijs in het Verenigd Koninkrijk (VK). Het VADS is gevestigd in de Farnham Campus van de University for the Creative Arts. De kerntaak van het VADS is in hoofdzaak gericht op educatie: *'VADS offers advice and guidance to the visual arts research, teaching and learning communities on all aspects of digital resource management from funding, through delivery and use, to preservation'*.⁹

Content

Het audiovisueel materiaal in de databank van VADS is tot stand gekomen dankzij de medewerking van verschillende Britse kunst- en cultuurinstellingen. De catalogus bestaat uit (deel)collecties van 42 archieven waaronder: African and Asian Visual Artists Archive, Constance Howard Resource and Research Centre in Textiles, Imperial War Museum: Concise Art Collection, National Fine Art Collection, Russian Visual Arts (Sheffield University), Spellman Collection of Victorian Music Covers (Reading University), University of Essex Collection of Latin American Art en vele anderen.

Funding

Tot voor kort werd de VADS nationaal gesubsidieerd, maar in april 2008 trok de overheid zijn subsidies terug. De instelling wordt momenteel nog gefinancierd door het Joint Information Systems Committee (JISC), een organisatie die de internationale voorhoedepositie op ICT-gebied van het Engelse (16 jaar en hoger) onderwijs en onderzoek tracht te behouden en versterken. Het JISC wordt op zijn beurt gesteund door de fondsen van alle post-16 hogere schoolinstellingen.

10.2. Doelgroep

VADS richt zich voornamelijk tot de academische wereld, met advies aan en begeleiding van kunstonderzoek en onderwijs over diverse aspecten van het beheren van digitale bronnen. In talrijke projecten worden de archieven van de database ontsloten in samenwerking met en op maat van specifieke onderwijsinstellingen. De verwezenlijkingen van deze (onderzoeks)projecten worden opgenomen in de collecties van VADS.

⁹ Meer informatie over de opzet van dit initiatief kan nagelezen worden op de volgende webstek: <http://vads.ahds.ac.uk/about/>

10.3. Ontsluiting

10.3.1. Collectie

Fysieke collectie

Omdat VADS een online verzamelplaats is van beeldmateriaal uit diverse archieven, is het moeilijk om het te hebben over een fysieke VADS-collectie. De databank bestaat uit gedigitaliseerd materiaal dat afkomstig is van andere instellingen; de fysieke collecties kunnen daarom in de meeste gevallen in de betreffende participerende instellingen geraadpleegd worden.

Collectie online

Het aanbod van VADS bestaat uit meer dan 40 thematische collecties die vrijgegeven werden door verschillende participerende instellingen en archiefprojecten (zie boven). VADS biedt een online database met meer dan 100 000 afbeeldingen uit collecties van 42 instellingen en projecten.

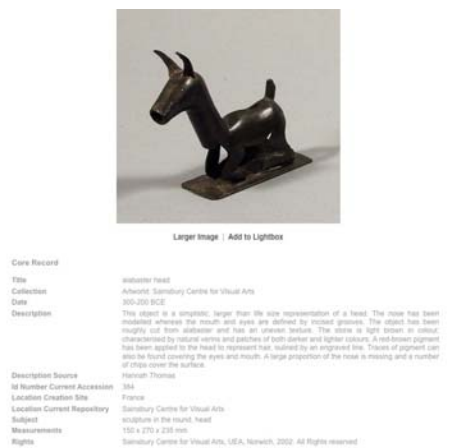
10.3.2. Platformen en contextualisering

VADS is in hoofdzaak gericht op het onderwijs. Contextualisering in deze case betekent in de eerste plaats de ontsluiting van 42 thematisch gebundelde kunstcollecties. Anderzijds is VADS betrokken in verschillende projecten die alle een focus op beeldeducatie delen. In wat volgt worden twee van deze projecten besproken, een afgerond project en een lopend project. Deze lijst is verre van volledig, voor een volledig overzicht van (afgeronde) projecten, kan de webstek van VADS geraadpleegd worden. De projecten Fine Art en NICE-Paintings werden geselecteerd omdat beide als indicatief geacht worden voor de educatieve betrokkenheid van VADS.

Themacollecties

De databank van VADS bestaat uit 42 thematische collecties gaande van Afrikaanse kunst, Britse mode en oorlogscollecties tot Russische kunst, glaskunst en Victoriaanse muziekcollecties. Contextualisering vindt vooral plaats op structureel niveau.

™ Ontsluiting: de databank kan doorzocht worden (1) per collectie, (2) volgens een vijftal thema's, of (3) via een algemeen zoekveld. In dit geval kunnen trefwoorden ingegeven worden, indien nodig met twee zoekvelden voor kunstenaar, titel, datering, beschrijving, ID-nummer, locatie, onderwerp, materiaal en techniek. De thema's kunstnijverheid, architectuur, design, beeldende kunst en media zijn op zich onderverdeeld in afzonderlijke onderwerpen; architectuur bijvoorbeeld in tekeningen, religieuze bouwwerken, openbare monumenten en stadsplanning. Naast een thumbnail afbeelding van het gezochte materiaal, worden andere metadata vermeld zoals titel, broncollectie, jaartal, beschrijving, toegangsnummer, afmetingen, materiaal en de eigenaar van het copyright. De bestanden kunnen gratis als afbeelding gedownload worden.



Afbeelding 18: screenshot databank VADS

Fine Art

VADS lanceerde in 2003 Fine Art, een project dat de geschiedenis en ontwikkeling van Britse kunstscholen belicht. Het geldt als een prototype van een nationale online collectie van werk van studenten en werknemers van Britse hoger onderwijsinstellingen. Momenteel worden in de database digitale afbeeldingen opgeslagen, reikende van de 19^{de} eeuw tot op heden, die in 10 kunstscholen en in de collectie van de Council for National Academic Awards (CNAA) bewaard worden.

™ Ontsluiting: het beeldmateriaal dat resulteerde uit het project wordt vrijgegeven in de collectie Fine Art. Deze bevat ongeveer 250 schilderijen, beeldhouwwerken, prints en tekeningen van meer dan 150 studenten en docenten in de Britse kunstscholen. Zoals voor alle collecties geldt, kunnen ook de kunstwerken van Fine Art gratis gedownload worden.

NICE-Paintings

De collectie van het VADS omsluit verschillende bijdragen van Britse musea, bijvoorbeeld een collectie over de continentale Europese schilderkunst. Het zogenaamde NICE-Paintings project (The National Inventory of Continental European Paintings) bevat een digitale versie van 8000 continentale olieschilderijen van voor 1900 uit Britse openbare collecties. De database van het project werd opgesteld door het National Inventory Research Project (NIRP), verbonden aan University of Glasgow. Het doel van dit project bestaat er enerzijds in om het grote publiek gratis toegang te verschaffen tot de collecties, anderzijds is het project ook gericht op de creatieve industrie zelf en wil het onderzoek over de collecties bevorderen en de verspreiding ervan stimuleren via tentoonstellingen en publicaties.

™ Ontsluiting: ook dit project werd opgenomen in de online collectiedatabank van VADS. De beelden zijn gratis te bezichtigen en te downloaden.

Naast een beduidende educatieve component, biedt de VADS een aantal andere diensten aan, zoals advies, databeheer en webontwikkeling, aan instellingen en organisaties die zich met kunst en onderwijs bezighouden. Andere projecten zijn bijvoorbeeld 3D Image Browser en Images Application Profile. Beide projecten onderzoeken onder meer de mogelijkheden van fotoapplicaties voor de catalogisering van beeldmateriaal.

10.3.3. Rechtenproblematiek

De rechten van de afbeeldingen in de databank van VADS zijn gecleared voor gebruik in het onderwijs- en onderzoeksveld in het VK.

10.4. Betalingsmodaliteiten

De collecties van VADS zijn integraal gratis toegankelijk via het internet en kunnen bovendien gratis gedownload worden. Er kunnen geen aankopen gebeuren op de VADS-website.

11. Museum On The Go (Liechtenstein)

Website: <http://www.museumonthego.com/>

11.1. Achtergrond

Algemeen

Museum On The Go werd opgericht in 2006 als eerste portal van waaruit een verzameling digitale beelden en andere museavoorwerpen gedownload kunnen worden op mobiele toestellen. Het doel van dit platform bestaat erin digitale museumvoorwerpen te verspreiden en de participerende instellingen te belichten.

Content

De content op dit portaal is een verzameling van audiovisueel materiaal dat beschikbaar werd gesteld door de volgende participerende instellingen: Leopold Museum Vienna; Victoria and Albert Museum; Filmarchiv Austria; National Sound Archives, Jerusalem; Österreichische Mediathek; Sigmund Freud Museum, Vienna; Kunsthistorisches Museum Vienna; Animal Sound Archive; Das Berliner Lautarchiv en ten slotte Alinari National Museum of Photography.

Funding

Museum On The Go is een merk van SKSCOM AG en is in private handen (uit de e-mailcorrespondentie met Alexander Koeb: '*private funding*', zie bijlage 4).

11.2. Doelgroep

Het platform richt zich met zijn mobiele diensten vooral tot een jong en wereldlijk publiek:

'Museum On The Go responds to the growing demand for digital content for mobile phones (screensaver, wallpaper, MMS, realtones, music and video) and creates a high-quality product offer for a young global audience' (zie bijlage 4)

11.3. Ontsluiting

11.3.1. Collectie

Fysieke collectie

De databank van Museum on The Go bestaat uit gedigitaliseerd materiaal dat afkomstig is van andere instellingen. Het is daarom moeilijk om het te hebben over een fysieke Museum On The Go-collectie. De content moet gezocht worden bij de participerende instellingen. In samenwerking met deze musea werd bepaald foto- en audiovisueel materiaal geselecteerd uit hun collecties en archieven. Hieruit werd een geïntegreerde catalogus opgesteld die via het platform online beschikbaar wordt gemaakt.

Collectie online

De digitale catalogus van Museum On The Go verzamelt naar eigen zeggen meer dan 1000 afbeeldingen, stemopnames, geluidsfragmenten en audiovisueel materiaal uit de afgelopen

eeuw. Het gaat, zoals vermeld, steeds om gedigitaliseerde werken uit collecties van de participerende instellingen.

11.3.2. Platformen en contextualisering

Museum On The Go is een commercieel initiatief. Behalve de onderverdeling in bepaalde categorieën, wordt het audiovisueel materiaal niet omkaderd of gecontextualiseerd met aanvullend materiaal. Gezien de innovatieve en kennelijk unieke distributiemodaliteiten van het initiatief, is het zeker en vast geboden om het over de ontsluiting van de content te hebben.

™ Ontsluiting: op de website kunnen verschillende mediatypes voor mobiele toestellen gedownload worden. Het gaat steeds om gedigitaliseerde werken uit de collecties van de participerende instellingen. Bij elke download staat de broncollectie vermeld, net zoals de titel, de artiest, het jaar van de productie, de duur van het fragment en een korte inhoudsbeschrijving.

Eerst zijn er de wallpapers. Ongeveer 1030 befaamde kunstwerken ('Zonnebloemen' van Van Gogh, 'De Kus' van Klimt, enz.) kunnen als achtergrond voor mobiele toestellen gedownload worden. Voorts zijn ook bij benadering 147 realtones beschikbaar. Het gaat dan bijvoorbeeld om korte muziekfragmenten van Mozart (1.37 min), een interview met Freud (35 sec) of het geluid van krekels (13 sec). Er worden ook bijna 100 video's aangeboden, bijvoorbeeld een ontmoeting tussen Martha en Sigmund Freud (10 sec) of een jaaroverzicht (1951) van Oostenrijk (40-50 sec). Anders dan de afbeeldingen en realtones, kunnen de video's niet als preview afgespeeld worden op de website. Ten slotte is het ook mogelijk om ongeveer 110 greeting cards te downloaden volgens bepaalde thema's (Pasen, bruiloft, Islamic Holidays, enz.).

Het archiefmateriaal uit de collecties wordt binnen een aparte tabpagina nogmaals gebundeld volgens artiest of bekend figuur. Per artiest/figuur verschijnt een overzicht van de beschikbare audiovisuele content, in de mogelijke mediatypes.

11.3.3. Rechtenproblematiek

Audiovisuele contentverspreiding via Museum On The Go gebeurt volledig legaal: '*We have distribution contracts directly with the museums or archives we represent which allows us to distribute digital museum objects in a totally legal form*' (uit de e-mailcorrespondentie met Alexander Koeb).

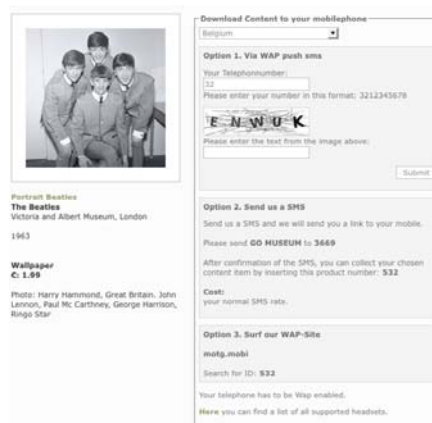
11.4. Betalingsmodaliteiten

Museum On The Go combineert een *preview model* met een *pay-per-download model*. Gewenst audiovisueel materiaal kan rechtstreeks bekeken of beluisterd worden op het portaal. De afbeeldingen kunnen gratis gedownload worden, maar bevatten het opschrift 'Preview'. Materiaal bestellen kan op drie manieren: via WAP, via SMS of via internet. De

bezoeker kan zijn/haar telefoonnummer doorgeven op de website. Het gewenste materiaal wordt dan via sms ('WAP push SMS') doorgestuurd naar het ingegeven nummer. De besteller betaalt het bedrag van het item (doorgaans ongeveer 1.99 euro per item).

Content kan ook aangekocht worden via SMS; nadat de boodschap 'GO MUSEUM' naar het nummer 3669 gezonden wordt, wordt de besteller via een reply-SMS gevraagd om de bestelling te bevestigen op een bijgevoegde internetlink. Na bevestiging, kan het item opgehaald worden door het productnummer in te voegen. Naast de kostprijs van het bestelde item, wordt de besteller ook eventuele operatorkosten aangerekend.

Een derde mogelijkheid bestaat erin content aan te kopen via de WAP-site van het platform. De besteller geeft dan zijn/haar telefoonnummer in, bij het gewenste item. Behalve de kostprijs van het item, betaalt de besteller ook de kosten die zijn/haar GSM-operator aanrekent voor WAP-diensten.



Afbeelding 19: screenshot van de betaalsite van Museum On The Go

12. ZDF Enterprises (Duitsland)

Website: <http://www.zdf-enterprises.de/home.1.htm>;

<http://www.zdf.de/ZDFmediathek/startseite>

12.1. Achtergrond

Algemeen

Het archief van de Duitse openbare omroep wordt beheerd door ZDF Enterprises, de commerciële tak van het Duitse televisienetwerk. Het bedrijf werd gesticht in 1993 en staat in voor de verkoop en aankoop van programma's van de zender, de organisatie van internationale samenwerkingsverbanden in de vorm van coproducties en de marketing van ZDF-merken.

Content

Door de samenwerking met Duitse publieke omroep ZDF, beschikt het bedrijf naar eigen zeggen over het grootste Duitstalige programma-aanbod ter wereld. ZDF Enterprises heeft bovendien samenwerkingsverbanden afgesloten met National Geographic Film Library, NBC News Archive en met WPA Film Library en beschikt over de distributierechten van hun archieven in een aantal Duitstalige gebieden in Europa.

Funding

ZDF Enterprises is een commercieel bedrijf. Het is een volle dochtermaatschappij van ZDF.

12.2. Doelgroep

ZDF Enterprises is een commercieel B2B-bedrijf. Het Duitse bedrijf heeft geen breed historisch-culturele educatieve opzet en werkt geen educatieve platformen uit. De collectie is met name gericht op publiciteitsagentschappen, musea, onderzoekers, bedrijven en film- en televisiemakers.

12.3. Ontsluiting

12.3.1. Collectie

Fysieke collectie

ZDF Enterprises treedt op als marketing agent van de archieven van de Duitse openbare omroep, en een aantal andere instellingen (National Geographic Film Library, NBC News Archive en WPA Film Library). Het ZDF-archief bevat naar eigen zeggen ongeveer 2 miljoen items uit verschillende programmagenres. In totaal gaat het om 300 000 uitzendingen uit de laatste 40 jaar. Het aanbod bestaat voornamelijk uit non-fictionele programmagenres zoals actualiteit, wetenschap, sociale aangelegenheden, cultuur, geschiedenis en reizen. Het materiaal is beschikbaar in diverse formats: 35 mm, 16 mm, Super 16 and HD.

Collectie online

Het archiefmateriaal wordt beperkt – via previews en trailers – online ontsloten omdat het bedrijf werkt met een complex digitaal archiefsysteem waarin een programmadatabase verbonden is met het productieproces. Het opleiden van externe onderzoekers zou naar eigen zeggen te intensief zijn.

Hoewel er op de website duidelijk gesteld wordt dat het archief niet voor derden toegankelijk is – *'We don't make our archive material available online'* – worden binnen de tabpagina *'Program Sales'* in verschillende genres (documentaires, series, tv-films, kinderen, feature films en muziek) een aantal previews gratis aangeboden via video streaming.

12.3.2. Platformen en contextualisering

Contextualisering van de content gebeurt door ZDF Enterprises hoofdzakelijk op structureel vlak: het audiovisueel materiaal wordt in verschillende genres ondergebracht. Hoewel het archief niet online toegankelijk is, geeft het bedrijf een aantal (fragmenten van) programma's vrij binnen 2 audiovisuele platformen: *'Program Sales'* en *'Footage'*. ZDF verspreidt eveneens audiovisueel (archief)materiaal via een interne catalogus SPHINX en een Mediathek.

ZDF Enterprises

Audiovisueel materiaal uit de collectie van ZDF Enterprises wordt op de webiste van het bedrijf vrijgegeven binnen twee modules. Binnen de tab *'Program Sales'* worden programma's vrijgegeven in twee profielen: een internationaal profiel en een Duits profiel. Binnen beide profielen wordt een onderscheid gemaakt tussen documentaires, series, televisiefilms, kinderen en muziek.

™ Ontsluiting: binnen de genres worden telkens een klein aantal (fragmenten van) programma's gratis via videostreaming aangeboden. Metadata bij de programma's in Program Sales zijn genre, subgenre, format en een korte beschrijving.



Afbeelding 20: screenshot van de Program Sales-tab binnen de ZDF Enterprises website

Er is een tweede tab waarin AV-content wordt aangeboden. Binnen *'Footage'* wordt audiovisueel materiaal opgedeeld in zes genres (Entertainment, Current Affairs + News, History + Science, Nature + Wildlife, Travel + Destinations, Business + Economy).

™ Ontsluiting: het gaat telkens om een aaneenrijging van beeldfragmenten binnen het betreffende genre. Bij elk genre wordt een lijst met kernwoorden gegeven. De trailers hebben kennelijk als doel een overzicht te geven van het audiovisueel aanbod binnen de zes genres van het ZDF archief.

Behalve via ZDF Enterprises, wordt audiovisuele content van ZDF verspreid via twee andere kanalen; de interne catalogus SPHINX en ZDF Mediathek.

SPHINX

Audiovisuele content uit de archieven van ZDF wordt intern verspreid via de SPHINX-catalogus. Deze is alleen toegankelijk voor ZDF-journalisten en biedt tegen betaling (diensten) materiaal aan. De catalogus bevat louter eigen materiaal. Omdat deze catalogus niet beschikbaar is voor externen, kan de contentontsluiting niet besproken worden.

ZDF Mediathek

ZDF heeft een eigen mediatheek (ZDF Mediathek), die los staat van de website van ZDF Enterprises en functioneert als een 'Net Gemist'-service (tot 7 dagen na de uitzending).

™ Ontsluiting: hoewel de Mediathek niet aandoet als een archief, worden hier (fragmenten van) bepaalde programma's van de Duitse openbare omroep via (live) videostreaming integraal of gedeeltelijk ontsloten. De programma's zijn gratis te bekijken in klein en groot beeldformaat en kunnen niet aangekocht worden in de Mediathek.



Afbeelding 21: screenshot van ZDF Mediathek

12.3.3. Rechtenproblematiek

ZDF Enterprises heeft samenwerkingsverbanden afgesloten met een aantal instellingen. In 2003 sloot het bedrijf een akkoord met National Geographic Film Library. Gevolg is dat beide instellingen exclusief instaan voor de marketing van elkaars archiefmateriaal in hun gebieden. Op die manier staat National Geographic Television & Film (NGT&F) in voor de marketing van ZDF-materiaal in de Verenigde Staten. Bovendien heeft National Geographic exclusief de distributierechten van ZDF-archiefmateriaal in handen voor het Verenigd Koninkrijk. Anderzijds is ZDF gestart met het verkopen en distribueren van materiaal uit de National Geographic Film Library aan klanten in Duitsland, Oostenrijk en

het Duitstalig deel van Zwitserland. Content van het National Geographic archief bestaat voornamelijk uit beeldmateriaal over wetenschap, archeologie, cultuur, natuur en wildlife.

ZDF Enterprises werkt voorts samen met NBC News Archive, het archiefcentrum van de nieuwsdienst van de Amerikaanse zender NBC. Sinds 2006 heeft het Duitse bedrijf de vergunning verkregen om materiaal uit het nieuwsarchief van de Amerikaanse zender te verkopen en verspreiden in een aantal Duitstalige gebieden in Europa. Het aanbod van het NBC News Archive is met name gericht op publiciteitsagentschappen en film- en televisiemakers.

In 2005 ondertekende het Duitse bedrijf bovendien een akkoord met WPA Film Library. WPA distribueert de British Pathe Newsreel Collection in de Verenigde Staten en Japan en heeft de exclusieve rechten over de archieven van WETA, een publieke zender gevestigd in Washington D.C. Het WPA-archief bestaat onder meer uit nieuwsuitzendingen, muzikale programma's, politieke programma's en vintage en hedendaagse beelden. Het akkoord maakt het mogelijk om duizenden uren uit het archief te verkopen en distribueren in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland.

12.4. Betalingsmodaliteiten

De fragmenten, previews en trailers op de website van ZDF Enterprises en in de ZDF Mediathek zijn gratis toegankelijk. Voor volledige uitzendingen en aanvullende content uit het archief worden (inter)nationale tv-makers, sponsors en reclamebedrijven, publieke instellingen en medewerkers in de entertainmentindustrie aangespoord om het bedrijf via fax of e-mail te contacteren over het gewenste materiaal en het einddoel ervan. Het prijsbeleid van ZDF Enterprises is niet transparant. Aanvragen worden beantwoord met een aantal programmabeschrijvingen en, indien het materiaal reeds gedigitaliseerd is, ook met een link naar Real Media of Windows Media. De gebruiker kan met andere woorden niet rechtstreeks vanuit de website aankopen. ZDF-journalisten die materiaal opvragen uit SPHINX betalen voor deze dienst.

13. Metropolitan Opera live in HD (Verenigde Staten)

Website: <http://www.metoperafamily.org/metopera/>

13.1. Achtergrond

Algemeen

Metropolitan Opera live in HD is een initiatief dat uitgaat van The Metropolitan Opera in New York waarin een reeks operavoorstellingen rechtstreeks en in HD vertoond worden in bioscoopzalen in Noord-Amerika, Europa en Japan. Het initiatief vond voor de eerste keer plaats in 60 zalen in december 2006 (6 voorstellingen) en breidde wegens groot succes uit tot 600 zalen voor dit seizoen 2008/2009 (11 voorstellingen).¹⁰ In België zendt Kinopolis voor het tweede jaar op rij operavoorstellingen rechtstreeks uit vanuit The Metropolitan Opera. De voorstellingen in New York worden traditioneel opgevoerd op zaterdagmiddag; het tijdsverschil van 6 uur maakt dat Kinopolis op de gebruikelijke avonduren kan openen. 'Opera in de cinema' lokte in 2007/2008 8500 Belgische en Franse bezoekers.¹¹ Anders dan bij de vorige editie, nemen in 2008/2009 alle Belgische en Franse Kinopolis-cinema's deel aan het integrale 'Met'-seizoen. Vanaf 22 oktober 2008 geeft het operahuis, naast het 'live in HD'-initiatief, ook voorstellingen vrij voor de individuele online gebruiker. Het ontwikkelde hiervoor de Met-player, een online streaming dienst. Deze applicatie bevat naast een aantal van de live in HD-uitzendingen ook ander audiovisueel materiaal uit de archieven van de Met.

Content

Het 'live in HD'-pakket bevat 11 voorstellingen die in de Metropolitan Opera in New York opgevoerd worden en via satellietverbinding live uitgezonden worden in de participerende zalen. Ook de content die beschikbaar gemaakt wordt via de Met-player is integraal afkomstig uit de eigen archieven.

Funding

Metropolitan Opera live in HD wordt zowel door private middelen als door publieke fondsen ondersteund. Het initiatief is het resultaat van een samenwerkingsverband tussen het grootste Amerikaanse non-commerciële televisienetwerk PBS (Public Broadcasting Service), de Amerikaanse private geldschieter Neubauer Family Foundation en het Amerikaanse bouwbedrijf Toll Brothers. PBS wordt op zijn beurt enerzijds gefinancierd door vrijwillige bijdragen van kijkers en sponsors en anderzijds door een regeringssubsidie via de Corporation for Public Broadcasting (CPB). Er zijn geen verdere details vrij over het specifieke bedrag of financieringsaandeel van deze geldschieters; in het geval van de Foundation gaat het om een '*generous grant*'.¹²

¹⁰ Cijfers afkomstig van: http://opera.suite101.com/article.cfm/metropolitan_opera_in_hd

¹¹ Cijfers afkomstig van: <http://www.cinenews.be/News.Detail.cfm?ContentsID=10812&lang=nl>

¹² Citaat afkomstig van: http://www.metoperafamily.org/metopera/broadcast/hd_events_next.aspx

13.2. Doelgroep

Metropolitan Opera live in HD is een *publieksverruimend* initiatief. Met de reeks wil de Met een nieuw, breed en lokaal publiek enthousiasmeren voor opera. Tom Galley, directeur van de technische partner National CineMedia geeft dit nadrukkelijk aan:

*'This Metropolitan Opera series is a unique opportunity for people to experience world-class opera in their local community, plus the movie theatre environment and affordable ticket price make these events something that the entire family can enjoy.'*¹³

Andere publieksverruimende initiatieven van de Met zijn het bijwonen van kostuumrepetities, familievoorstellingen, gratis live audio streaming op de Met website, enz. Speciale aandacht gaat uit naar het onderwijs. Het operahuis startte met het initiatief HD Live in Schools en werkte diverse (online) lespakketten uit voor leerkrachten.

Dat het livestreamen van operavoorstellingen in HD een goede zaak was voor de ticketverkoop – en zodoende voor de operaconsumptie – is duidelijk. Uit cijfers van de Met blijkt dat het aantal verkochte tickets op het einde van het eerste seizoen (mei 2007), goed was voor ongeveer 60% van het totaal aantal verkochte kaarten voor 2006/2007:

*'The phenomenon has grown to such a large proportions that the February, 2007 broadcast of Eugene Onegin drew a worldwide audience of over 50,000. By the end of May, the Met estimates these showings, "including encores and international venues, will have sold more than 500,000 tickets – 60% of the number of mainstage tickets sold in one full season at the Met.'*¹⁴

13.3. Ontsluiting

13.3.1. Collectie

Fysieke collectie

Vanaf oktober 2008 worden 10 (of 11; in het geval van Noord-Amerika) Met-operavoorstellingen rechtstreeks en in HD vertoond in participerende zalen in Noord-Amerika, Japan en Europa. Specifiek gaat het in 2008/2009 om: Salome (Richard Strauss; 11 oktober 2008), Doctor Atomic (Adam; 8 november 2008), La Damnation de Faust (Berlioz; 22 november 2008), Thaïs (Massenet; 20 december 2008), La Rondine (Puccini; 10 januari 2009), Orfeo ed Euridice (Gluck; 24 januari 2009), Lucia di Lammermoor (Donizetti; 7 februari 2009), Madame Butterfly (Puccini; 7 maart 2009), La Sonnambula (Bellini; 21 maart 2009) en La Cenerentola (Rossini; 9 mei 2009). Voorwaarde is dat de zalen beschikken over digitale HD satelliet-projectie systemen.

¹³ Citaat afkomstig van het verslag 'Metropolitan Opera: Live in HD" Now Playing at a Theatre Near You', beschikbaar op:

www.ncm.com/cms/articlefiles/637-Metropolitan_Opera__Live_in_HD_At_A_Theatre_Near_You.pdf

¹⁴ Afkomstig van: http://opera.suite101.com/article.cfm/metropolitan_opera_in_hd

Online collectie

Een aantal ('over a dozen') van de voorstellingen van het live in HD-initiatief (uit vorige seizoenen) is opgenomen in de database van de Met-player.¹⁵ Deze collectie bestaat naar eigen zeggen uit ongeveer 120 geluidsopnamen en 50 integrale Met-operavoorstellingen. Deze player kan gratis gedownload worden; de voorstellingen worden vrijgegeven mits betaling (ad hoc of abonnement).

13.3.2. Platformen en contextualisering

Het initiatief biedt voor het grote publiek geen specifieke platformen of contextualisering aan. De rechtreekse uitzendingen worden in de Vlaamse cinema's voorzien van ondertiteling in het Engels. De bioscopen in Frankrijk en Wallonië voorzien Franstalige ondertitels. In Kinopolis Brussel kan het publiek kiezen tussen een Engelse of Franse vertaling.

Vanaf 22 oktober 2008 stelt de Met bepaalde delen van het archief beschikbaar via de Met-player. In die zin is de multimediaspeler een online platform voor zij die geïnteresseerd zijn in audiovisueel archiefmateriaal van de Met. De database zal bovendien een aantal operavoorstellingen bevatten uit de reeks 'live in HD'. De speler biedt evenwel geen verdere contextualisering aan.

Met-player

Sinds 22 oktober 2008 worden 120 audiofragmenten en 50 integrale operavideo's beschikbaar gemaakt via de Met-player.¹⁶ Met-player is een nieuwe dienst die via abonnement of pay-per-view audiovisueel materiaal uit de archieven van de Met online beschikbaar maakt. Gebruikers kunnen hun computer aansluiten op HD televisietoestellen en andere home-stereo sound systems. De voorwaarden om de beelden in optimale kwaliteit af te spelen zijn echter niet van de minste; een breedbandverbinding, een snelle processor (2.0 GHz Dual Core) en 1 vrije gigabyte RAM. Maandelijks wordt nieuwe (historische) content toegevoegd aan de catalogus. Bij de Met-player hoort ook een cataloguspagina, die pop-ups met een beknopte samenvattingen bevat.

TM Ontsluiting: om de Met-player te downloaden (gratis) en aankopen te doen moet de gebruiker zich registreren op de website van het operahuis. De Met-player is eigenlijk een Move Media Player en is naar eigen zeggen in kwaliteit '*unmatched by other streaming video players*'. Deze player biedt verbeterde video- en audiokwaliteit, werkt pauzes en buffering weg en biedt features zoals time-shifting en video sharing. Daarnaast zou de speler de streamkwaliteit aanpassen aan de beschikbare bandbreedte. In de speler kan de gebruiker fragmenten kiezen, favoriete opera's aangeven, terug- en verderspoelen en een full screen versie

¹⁵ Meer informatie over de Met-player kan nagelezen worden op de volgende webstek. Het citaat is eveneens afkomstig van deze bron:

<http://www.metoperafamily.org/metopera/news/press/detail.aspx?id=4906>

¹⁶ Meer informatie over de Met-player kan nagelezen worden op de volgende website:

<http://www.broadwayworld.com/printcolumn.cfm?id=32875>

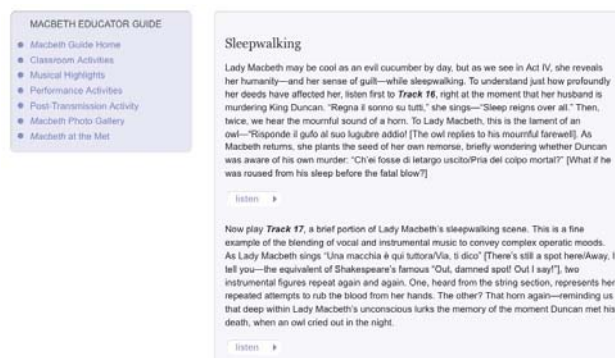
kiezen. Verder zijn er links naar gerelateerde artikels en samenvattingen op de Met-webite.

Speciale aandacht gaat echter uit naar het onderwijs. Voor leerlingen en leerkrachten in Amerikaanse scholen ontwikkelde het operahuis het alternatieve initiatief HD Live in Schools. Dit initiatief gebeurt in nauwe samenwerking met het New York City Department of Education and the Metropolitan Opera Guild en bereikte in 2007/2008 meer dan 7000 studenten en leerkrachten in publieke scholen.

HD Live In Schools

Rechtstreekse uitzendingen van het 'live in HD'-pakket worden gratis beschikbaar gesteld voor studenten van scholen in New York en in een aantal andere zalen in Amerika. Voor twee voorstellingen ('Macbeth' en 'Madama Butterfly') heeft de Met op zijn website lespakketten ('*educator guides*') ontwikkeld, waarin audiovisueel materiaal aangereikt wordt om de voorstelling te analyseren en te interpreteren.

™ Ontsluiting: voor beide voorstellingen worden een aantal lesactiviteiten voorgesteld. Het gaat om multimediale interactieve oefeningen. Aan de hand van ariafragmenten die via streaming gratis beschikbaar zijn, worden bepaalde aspecten van de opera besproken. Transcripties en vertalingen van de fragmenten kunnen gedownload worden op de website. In de oefeningen op de website worden de leerkrachten aangesproken ('*What do your students make of this? What do they hear in his voice?*'). Daarnaast worden een aantal muzikale hoogtepunten uit de opera belicht. In deze rubriek worden opnieuw een aantal belangrijke passages via audiostreaming beschikbaar gesteld en inhoudelijk verklaard. Deze rubriek werd ontwikkeld om de studenten een aantal thematische aanknopingspunten mee te geven. In andere rubrieken worden documenten beschikbaar gesteld die de leerlingen tijdens of na de voorstelling moeten invullen (kledijbeschrijving, persoonlijke evaluatie scene per scene, enz.). Behalve een fotogalerie van de voorstelling, worden ook fragmenten van de repetities op de website vrijgegeven via videostreaming. Beide lespakketten en het bijhorend audiovisueel materiaal zijn integraal gratis te raadplegen op de website (niet downloadbaar).



Afbeelding 22: screenshot van een lespakket over de opera Macbeth

13.3.3. Rechtenproblematiek

Het audiovisueel materiaal dat aangeboden wordt in de Met-player en op het platform voor het onderwijs is integraal afkomstig uit de eigen archieven en bevat eigen producties. Dit doet vermoeden dat de rechten geklaard zijn.

13.4. Betalingsmodaliteiten

Voor toegang tot de reeks Metropolitan Opera live in HD oftewel Opera in de Cinema betaalt de toeschouwer een ingangsticket via de bioscoop. Tickets kosten 15 euro (reductietarief 12 euro).

De Met-player werkt op basis van een maandabonnement (14.99 dollar), jaarabonnement (149.99 dollar) of via een pay per view systeem. Pay per view aankopen kosten 4.99 dollar voor HD-video's en 3.99 dollar voor audiofragmenten of non-HD-video's. Deze aankopen kunnen worden afgespeeld binnen een beperkte periode: *'individual purchases may be played in a six-hour period within 30 days'*.¹⁷ Gebruikers die 125 dollar of meer schenken aan het operahuis, krijgen een introductiepakket gedurende zes maanden voor 49.99 dollar. Hoewel gebruikers zich kunnen registreren (mét kredietkaartinformatie) voor een gratis weekabonnement, gaat het abonnement na 7 dagen automatisch over in een betalend maandabonnement: *'If you do not cancel your trial prior to the end of seven days, we will begin charging you \$14.99 per month for a monthly subscription'*.¹⁸ De betaling gebeurt online via kredietkaarten (Visa, Mastercard, American Express en Discover).

The screenshot shows a payment interface for the Metropolitan Opera. At the top, it says 'Items from Met Player' and 'Return to Met Player'. Below this is a table with one item:

Item	Qty	Price	Total	
0385118 Il Barbiere di Siviglia (Mar. 24, 2007) (HD_Video)	1	\$4.99	\$4.99	Remove

Below the table, the subtotal and total are shown as \$4.99. The '5. Payment Information' section includes a dropdown for 'Type of Credit Card', input fields for 'Credit Card Number', 'Name on Credit Card', and 'Expiration Date' (with month and year dropdowns). There is a checkbox for 'Check this box to store the credit card in your Met Opera account for easy checkout.' and a 'complete purchase' button. A disclaimer states: 'After you click to "Complete Purchase", please allow up to 30 seconds for us to process your order. Your receipt will appear when processing is complete.'

Afbeelding 23: screenshot van de betaalsite van Metropolitan Opera

De content op het onderwijsplatform van Metropolitan Opera is gratis beschikbaar en kan niet gedownload of aangekocht worden vanop de website.

¹⁷ Cijfers en gegevens afkomstig van de volgende internetbron: <http://www.broadwayworld.com/printcolumn.cfm?id=32875>

¹⁸ Meer gegevens en voorwaarden over de Metropolitan multimedia-player op de volgende website: http://www.metoperafamily.org/met_player/join/index.aspx#more_details

14. Besluit

In dit deel wensten we een concreet overzicht te geven van relevante internationale cases uit de praktijk. We herhalen dat het overzicht en de bespreking van deze cases niet kwantitatief en kwalitatief exhaustief zijn, maar wel als doel hebben om relevante aspecten van content distributie te belichten aan de hand van gevarieerde praktijkvoorbeelden. Deze bevindingen worden in het volgende deel in een matrix gegoten, die als een samenvatting kan opgevat worden van de omgevingsanalyse.

C. Schematisch overzicht van de omgevingsanalyse (matrix)

Uit de uitgevoerde omgevingsanalyse kwamen verschillende ontsluitingsmogelijkheden aan de oppervlakte. Om de verschillende mogelijke distributiemodellen in kaart te brengen, bleken een aantal modaliteiten van primair belang. In onderstaande samenvattende matrix zullen de modaliteiten in meer abstracte termen geformuleerd worden. Hoewel het volgende hoofdstuk dieper zal ingaan op deze concepten, worden de indeling en uitwerking van de matrix eerst bondig toegelicht.

Ten eerste blijkt uit de omgevingsanalyse dat contextualisering een belangrijk aspect is van content distributie. In de matrix worden drie vormen van contextualisering onderscheiden: structurele, inhoudelijke en gebruikerscontextualisering. Zoals reeds in de inleiding werd aangegeven worden bij elke case bovendien drie doelgroepen onderscheiden: het onderwijs (educatief), de culturele en creatieve sectoren (sectorieel), het brede publiek (generalistisch), of een combinatie.

Verder worden distributiekeuzes sterk bepaald door financiële overwegingen en inkomstenstromen. In het kader van het verspreiden van content kan zowel gedacht worden aan (1) bronnen van inkomsten die rechtsreeks gegenereerd worden door de (exploitatie van) content als aan (2) inkomsten die niet rechtstreeks uit content voortkomen. De motivatie voor deze opsplitsing is zowel van pragmatische als fundamentele aard. Bij dergelijke sterk verschillende institutionele situaties, zijn inkomsten die niet uit content voortkomen moeilijk onderling vergelijkbaar. Hoewel deze inkomsten denkbaar een invloed zullen hebben op de beslissingen over benodigde inkomstenstromen uit content, zijn ze vanuit het perspectief van de gebruiker niet steeds rechtstreeks relevant. Bovendien zullen deze niet-contentgebonden inkomstenstromen in een context waar verschillende partners met een heel andere achtergrond samenwerken vaak erg complex zijn. Om tot begrijpbare distributiemodellen te komen werd daarom gekozen om de opsplitsing te maken tussen contentgebonden revenuemodellen vanuit gebruikersperspectief en de bijkomende inkomsten als aanvulling op deze revenuemodellen om ze vanuit aanbiedersperspectief te begrijpen. Ten slotte wordt een overzicht gegeven van de geldende kosten en tarieven van content en wordt voor elke case nagegaan of en hoe de distributierechten en de verdere rechtenproblematiek van toepassing zijn op de content die wordt aangeboden.

Bedrijf	Content	Distributieplatform	Revenuemodel (gebruiker)	Betaling	Revenuemodel (aanbieder)	Licentie-/rechten exclusiviteit
Beeld en Geluid (B&G)	B&G Portaal-site	<p>Structurele contextualisering (per thema)</p> <p>Gebruikerscontextualisering: op het branded channel van YouTube kunnen gebruikers het beeldmateriaal becommentariëren</p> <p>Audiovisuele streaming</p> <p>Generalistisch</p> <p>Fragmenten over diverse onderwerpen, zonder bijkomstige packaging</p>	<p>Gratis model: content op de portaal-site is gratis toegankelijk</p>		<p>Jaarlijkse publieke subsidie (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap)</p> <p>Incidentele subsidies: Ministerie van Economische Zaken, VandenEnde Foundation, BankGiro Loterij, VSB-fonds, Mondriaan Stichting, Prins Bernard Cultuurfonds, Stichting DOEN Europese Unie.</p> <p>Jaarlijkse subsidie: BenkGiro Loterij</p> <p>Financiele en creatieve bijdragen van vrijwel alle Nederlandse omroepen en bedrijfsleven (Oilly, Sony, Essent, e.v.a.)</p>	<p>Van de op portaal-site gepubliceerde foto's heeft Beeld en Geluid het auteursrecht</p> <p>De aard van het materiaal brengt echter met zich mee dat in sommige gevallen de identiteit of verblijfsplaats van rechthebbenden in redelijkheid niet kan worden achterhaald. Rechtspersonen worden aangespoord contact op te nemen met de instelling</p>
	Media Experience	<p>Inhoudelijke contextualisering: workshops, rondleidingen in het M.E.-Gebouw</p> <p>Educatief</p> <p>Interactief aanbod ter plekke gericht op beeleducatie</p>	<p>Toegangsprijs</p>	<p>0-5 jaar: gratis</p> <p>5-15 jaar: 7.5 euro</p> <p>vanaf 15 jaar: 13.5 euro</p>	<p>Publieke subsidiegevers (Ministerie van OC&W)</p> <p>Private sponsors, stichtingen en bedrijven (Wereld Natuurfonds, Oilly, enz.)</p>	
	Schooltv (Beeldbank)	<p>Meer dan 1600 online beschikbare videofragmenten van educatieve omroep Teleac/NOT, die aansluiten bij de kerndoelen van het kleuter, primair en voortgezet onderwijs</p>	<p>Inhoudelijke contextualisering: bepaalde fragmenten bevatten achtergrondinformatie</p> <p>Videostreaming</p> <p>Educatief</p> <p>Drie aparte interfaces voor elke doelgroep binnen het onderwijs.</p>	<p>Gratis model: clips op de website zijn integraal gratis te bekijken</p> <p>Clicks-and-bricks model: webwinkel met didactisch materiaal voor leerkrachten</p>	<p>Aankopen in de webwinkel worden betaald via I-deal, een internet bankiermethode</p>	

Teleblik	Online AV-fragmenten van B&G, Kennisnet en Teleac/NOT, ingedeeld volgens thema, vakgebieden, e.d.	Inhoudelijke contextualisering: compacte redactie van fragmenten, biedt ondersteunend AV-materiaal voor les- en leeropdrachten Videostreaming Educatief Content sluit aan bij onderwijsdoelstellingen van het primair en voortgezet onderwijs	Subscriptiemodel (licentie) : individueel registratienummer voor leerlingen vereist	Gratis (2008) → betalend (2009)	Startsubsidie van het Nederlandse Ministerie van OC&W (vervalt in 2009)				
Academia	Online streaming platform via SURFmedia, dat materiaal van B&G bevat en is gegroeid tot meer dan 4000 uur	Inhoudelijke contextualisering: thematische showcases (multimediaal; artikels, foto, AV) Videostreaming Educatief Materiaal samengesteld door studenten, docenten, B&G.	Subscriptiemodel	0.57 euro per leerling per jaar (excl. 5% opslagkosten voor SURFdiensten en 19% BTW kosten)					
Pilot-OMP (POMP)	Project binnen Beelden voor de Toekomst. Multimediaal online onderwijsplatform met AV-content van Teleblik, Nationaal Archief, Naturalis	Inhoudelijke contextualisering: collecties worden ontsloten met didactisch materiaal Videostreaming Educatief Educatieve content gericht op educatie en onderwijs Generalistisch Nadruk op interactie en publieksvergroting ('branded channel' op YouTube)	Combinatie: gratis model (content van Nationaal Archief en Naturalis) + subscriptiemodel (content van Teleblik)	Teleblik-licentie voor toegang tot Teleblik materiaal					
Beelden Voor de Toekomst	Digitaliseringsproject (137 200 uur video, 22 510 uur film; 123 900 uur audio en 2.9 miljoen foto's)	Educatief (voorts onbepaald) Generalistisch (voorts onbepaald) Sectorieel (voorts onbepaald)	Semi-gratis model : een deel van het gedigitaliseerde materiaal komt gratis op kanalen zoals YouTube, andere content zal tegen betaling aangeboden worden						Het copyright van alle deze website tuike beelden en menten ligt bij de lefinstellingen Beeld en Geluid, het Filmmuseum en het Nationaal Archief

<p>Fonos</p>	<p>Muzieksite: 15 000 digitale muziekplaten uit databanken van B&G en particulieren, die beschikbaar zijn via de reguliere handel, die via streaming beluisterd kunnen worden</p>	<p>Inhoudelijke contextualisering: via link met NPI</p> <p>Gebruikerscontextualisering: Fonos heeft een forum waarop gebruikers commentaar bij bepaalde onderwerpen, albums, artiesten plaatsen</p> <p>Audiostreaming</p> <p>Generalistisch</p> <p>Liefhebbers (nationale markt) van muziek van Nederlandse bands</p>	<p>Gratis model (beluisteren online is gratis)</p> <p>Clicks-and-bricks model (online bestellen, fysieke levering)</p>	<p>19,95 euro per plaat, dubbelzijaars 39,90 euro (beide excl. verzending)</p>	<p>Financiële bijdrage (onbepaald) van de Mondriaan Stichting</p>	<p>Legale status door overeenkomsten met NVPI en Stemma</p> <p>De aard van het materiaal brengt echter met zich mee dat in sommige gevallen de identiteit of verblijfplaats van rechthebbenden in redelijkheid niet kan worden achterhaald. Rechtspersonen worden aangespoord contact op te nemen met de instelling</p>
<p>NostalgieNet</p>	<p>Online multimediaal platform met meer dan 1200 fragmenten van televisie, dvd-uitgaven en print uit archieven van Tijdsbeeld Media en particulieren</p>	<p>Structurele contextualisering (Videotheek; per thema)</p> <p>Inhoudelijke contextualisering: vooral in de gebruikersmodule 'Mijn Nostalgie' (persoonlijke verhalen, reacties, enz.)</p> <p>Videostreaming</p> <p>Generalistisch</p> <p>Richt zich op een brede doelgroep van 30plussers uit de midden en hogere klassen</p>	<p>Gratis model: clips op de website zijn interaal gratis te bekijken</p> <p>Clicks-and-bricks model: webwinkel met additionele dvd-producties van Tijdsbeeld Media (kredietkaart, IDEAL of overschrijving)</p> <p>Als themakanaal wordt NostalgieNet uitgezonden op KPN Interactieve Televisie</p>	<p>Interactief themakanaal zit in het pakket van kabelexploitanten</p>	<p>Aandeelhouders: KPN (50.1%) en Tijdsbeeld Media (49.9%)</p> <p>Online advertising: sponsors en adverteerders kunnen hun merken verbinden aan bepaalde thema's. (momenteel: 'Lexa', een datingsite).</p>	
<p>Gronings Audiovisueel Archief (GAVA)</p>	<p>Regionaal AV-archief met online platform. Archief bevat materiaal zoals kranten, posters, kaarten, foto's, video- en audioclips afkomstig van particulieren, bedrijven, overheden, enz.</p>	<p>Geen duidelijke contextualisering</p> <p>Audiovisuele streaming</p> <p>Generalistisch</p> <p>Content over Groningen of gemaakt door Groningers, verenigingen, bedrijven, enz., zonder packaging</p> <p>Educatief</p> <p>Nadruk op de educatieve meenwaarde van regionale archieven, maar geen packaging</p>	<p>Gratis model: clips op de website zijn integraal gratis te bekijken</p>			

Poparchief Groningen	Digitale verzamelplaats, met online platform, van popmuziekcollecties uit de collectie van RHC Groninger Archieven	Structurele contextualisering (per mediatype) Audiostreaming <u>Generalistisch</u> Tekstuele en audiovisuele informatie over bands, artiesten, festivals, labels, enz. kan door de websitebezoeker aangevuld worden met reacties, verhalen e.d.	Gratis model: muziekfragmenten zijn integraal gratis te bekijken/ beluisteren	NVT	Combinatie van publieke en private fondsen: Groningen, VSB Fonds, Prins Bernard Cultuurfonds, Stichting J.B. Scholtenfonds, Huis van Groninger Cultuur, RHC Groninger Archieven en Stichting GAVA.	Legale status: audiofragmenten op de website werden door artiesten in eigen beheer uitgegeven. Met hen werd een overeenkomst afgesloten.
	Portaalsite	Online informatiecentrum over de Friese cultuur. Het integreert catalogi en AV- materiaal van diverse Friese provinciale instellingen	Combinatie: Gratis model: materiaal uit 5 subplatformen is integraal gratis te raadplegen + clicks-and-bricks model: foto's uit het Fries Fotoarchief (na overschrijving, levering via de post) of via pay-per-order (foto's worden na overschrijving via e-mail geleverd)	Foto's per post: 7.5 euro (scan)+ 2.5 euro (afdruk) + 6.75 euro (admin.) Foto per e-mail: 7.5 euro (scan) + 6.75 (admin.) Foto per cdrom: 7.5 euro (scan) + 15 euro (admin. en cdrom)	Overheidssteun: Subsidieregeling 'Digitaliseren met beleid' (subsidie van 150 000 euro) + subsidie uit het Metamorfoze-project + jaarlijks een budget uit het Deitaplan voor het Cultuurbehoud (alle van het Ministerie van OC&W)	Pseudo legale status: overeenkomsten met auteurs en uitgevers. Bij materiaal zonder duidelijke auteur(srecht), worden de eigenaars opgeroepen om contact op te nemen met de instelling
Tresoar	Jong Tresoar	Inhoudelijke contextualisering (tekstueel en AV-materiaal over bepaalde thema's, voor leerlingen en leerkrachten) Audiovisuele streaming	Gratis model Lespakketten voor leerkrachten mits betaling (ongespecificeerd)	NVT	Idem	Idem
		Initiatief dat de online distributie van beeldmateriaal van verschillende Amsterdams culturele instellingen ondersteunt	Educatief Studiemateriaal (leerlingen) + bronnenmateriaal (leerkrachten) Geen contextualisering Audiovisuele streaming <u>Generalistisch</u> Het doel is publieksverruiming en -verbreding		Overheidssteun: financiële steun van het ministerie van OCW en de gemeente Amsterdam	
Culture player						
	SURFnet	SURFmedia Beeld en Geluid in Academia				

<p>Institut National de l'audiovisuel (INA)</p>	<p>Portaalsite</p>	<p>Bevat digitale (fragmenten van) programma's van de Franse openbare radio- en televisieomroep, evenals verschillende catalogi</p>	<p>Inhoudelijke contextualisering: AV-materiaal wordt af en toe gekaderd (bijvoorbeeld per onderwijsdoelgroep)</p> <p>Gebruikerscontextualisering: op het branded channel van YouTube kunnen gebruikers bepaalde fragmenten becommentareren</p> <p>Audiovisuele streaming</p> <p>Generalistisch Publicatiepagina gericht op verkennen, ontdekken en delen van het archief</p> <p>Educatief Fysiek consultatiecentrum in de Nationale bibliotheek in Parijs, de 'Inatheek'. De Inatheekcatalogus is op de website van het INA geplaatst</p> <p>Sectorieel Module gericht op professionelen, met een eigen catalogus 'Inamediapro'</p>	<p>Pay-per-order model</p> <p>Facturatie op internetfactuur</p> <p>Subscriptiemodel (huur 48 uur)</p> <p>Prepaidmodel (bepaald bedrag opladen)</p>	<p>Downloadtarieven afhankelijk van duur en genre:</p> <p>0-10min: 1-1.5 euro (afhankelijk van genre)</p> <p>10-30min: 3-4 euro (afhankelijk van genre)</p> <p>30+min: 4-6 (of meer) euro (afhankelijk van genre)</p> <p>Pay per download: 1.5 euro</p> <p>Huurprijzen afhankelijk van duur en genre:</p> <p>0-10min: kan niet gehuurd worden</p> <p>10-30min: 1-1.5 euro (afhankelijk van genre)</p> <p>30+min: 1.5-2 (of meer) euro (afhankelijk van genre)</p> <p>3 bedragen kunnen opgeladen worden: 10 euro, 20 euro en 50 euro (bij 20 euro en 50 euro krijgt de gebruiker respectievelijk gratis 2euro en 5 euro extra)</p>	<p>Overheidssubsidie (Ministère de la Culture et de la Communication)</p>	<p>Content op de website is beschermd door de 'Code de la Propriété Intellectuelle française'. Fragmenten mogen alleen voor eigen, familiaal of educatief gebruik dienen.</p> <p>Om illegale kopieën eenvoudig te identificeren, heeft INA alle fragmenten voorzien van een numerieke code ('Le tatouage Thomson') die de eigenaar-koper van het fragment weergeeft, en een code die toestaat dat enkel de koper het fragment kan bekijken ('Le cryptage DivX')</p>
--	--------------------	---	--	--	--	---	---

			Idem	Idem	Idem	Op de website staan reclameblokken van Aubris, Toyota en Renault	idem
Place aux chansons	AV-materiaal over het Franse lied	Structurele contextualisering (per thema, jaartal, artiest, enz.) Audiovisuele streaming en downloads Generalistisch Platform dat audiovisuele fragmenten van het Franse lied weergeeft, onder meer ook via YouTube	Idem	Idem	Idem	Reclame van Hurtigruten, een cruisevaartmaatschappij en Toyota	idem
Chronique d'un festival	Historische en hedendaagse fragmenten over het filmfestival van Cannes	Inhoudelijke structuralisering: korte kaderende teksten bij de clips, naast andere interactieve toepassingen (quiz, fresco) Videostreaming en downloads Generalistisch Platform dat audiovisuele fragmenten over het filmfestival weergeeft	Idem	Idem	Idem		idem
Mai '68, La revolution en images	AV-content over de gebeurtenissen van mei '68	Structurele contextualisering (per thema) Audiovisuele streaming en downloads Generalistisch Het verhaal en de gevolgen van mei '68 wordt verteld via korte AV-fragmenten Educatief Er zijn bepaalde dossiers, die fragmenten over bepaalde mei '68 aspecten bundelen (culturele revolutie .)	idem	idem	idem		idem

<p>Österreichische Mediathek (OeM)</p>	Portaalsite	Bevat 460 audio- en videofragmenten over de Oostenrijkse geschiedenis en cultuur	Structurele contextualisering (per thema) Streaming Generalistisch Toegankelijk en breed aanbod over de Oostenrijkse cultuurgeschiedenis	Gratis model Ter plekke: kopieerabonnement (max. 45 min/bezoek)	Nvt	Combinatie van publieke subsidies en projectgebonden inkomsten	Volledig legale status: OeM heeft de rechten van een klein deel van de collectie in handen. Circa 400 van de 10 000 gedigitaliseerde bestanden kunnen legaal online verspreid worden	
	Horst Winter	Online platform dat de muzikale loopbaan van Horst Winter in beeld brengt, adhv tekst-, audio- en videomateriaal	Inhoudelijke contextualisering (korte informatieve teksten) Streaming Generalistisch Infotainment over de muzikant	Gratis model	Nvt	Idem		
	Radio	Online platform over de ontwikkeling van de radio	Structurele contextualisering (per periode) Streaming Generalistisch Infotainment over de ontwikkeling van de radio in Oostenrijk	Gratis model	Nvt	Idem		
	Staatsverdragen	Extern online platform over de totstandkoming van het staatsverdrag	Inhoudelijke contextualisering Streaming Generalistisch Interactieve tijdsirkel met audiovisueel materiaal	Gratis model	Nvt	Idem		
	Mozart	Extern online platform over de muzikale loopbaan van Mozart	Inhoudelijke contextualisering Audiostreaming Generalistisch Laagdrempeel platform over de muziek van Mozart	Gratis model	Nvt	Idem		
	Gunther Schifter	Extern online platform over de radiomaker	Inhoudelijke structuurisering Audiostreaming Generalistisch Infotainment over de loopbaan van de radiomaker	Gratis model	Nvt	Idem		
	Akoestische kroniek	Extern online platform over de maatschappelijke, economische en culturele ontwikkelingen van 1900 tot 2000	Structurele contextualisering (per periode) Audiostreaming Generalistisch Tijdslijn aan de hand van audiofragmenten en fotomateriaal	Gratis model	Nvt	Idem		

Visual Arts Data Service (VADS)	Online databank in het domein van de visuele kunsten en bevat content van 42 Britse kunst- en cultuurinstellingen	Structurele contextualisering (thematische collecties) Downloads (fotomateriaal) Educatie VADS is betrokken in verschillende educatieve projecten (Fine Art, NICE-Paintings,...)	Gratis model	Nvt	Subsidie door het JISC dat op zijn beurt financieel gesteund wordt door diverse overheidsinstellingen	Rechten zijn geclareerd voor educatief gebruik.
	Museum On The Go (MOTG)	Online multimedia museum voor mobiele telefoontoestellen. Content (meer dan 1000 items) is afkomstig van diverse musea	Structurele contextualisering (per thema, artiest,...) Streaming en previews Generalistisch Divers gamma aan audiovisueel materiaal	Pay-per-order model	De meeste items worden via SMS of WAP verkocht voor doorgaans 1.99 euro (excl. transactiekosten)	Volledig legale status via distributiecontracten met deelnemende instellingen
ZDF	SPHINX	Interne catalogus van gedigitaliseerd ZDF-materiaal	Pay-per-order model (alleen de diensten worden aangerekend)	Prijsbeleid niet transparant	SPHINX-catalogus hoort toe aan ZDF, een Duitse publieke omroep	De catalogus bevat louter eigen materiaal, dit doet vermoeden dat de rechten geklaard zijn
	ZDF Enterprises	Commerciële arm van de Duitse openbare omroep die het archief beheert, B2B approach	Pay-per-order model	Prijsbeleid niet transparant, klantgebonden	Commercieel bedrijf, 'profit driven', 100% dochtermaatschappij van ZDF	ZDF Enterprises bezit de rechten van het materiaal
	Mediathek	Online 'Ooit Gemist'-platform van ZDF	Gratis model	Nvt	Nvt	Mediathek bevat alleen ZDF-programma's. Dit doet vermoeden dat de rechten geklaard zijn

<p>Metropolit an Opera Live in HD</p>	<p>Met-player</p>	<p>Reeks operavoorstellingen van het New Yorkse operahuis wordt rechtstreeks uitgezonden in HD, in verschillende zalen over de hele wereld. Via Met- player kunnen deze ook aangekocht en afgespeeld worden</p>	<p>Inhoudelijke contextualisering (samenvattingen, aanverwante artikels, enz.) Audiovisuele streaming via de Met-player <u>Generalistisch</u> Live in HD wil een publieksverruimend initiatief zijn</p>	<p>Combinatie: Subscriptiemodel Pay-per-order model</p>	<p>Zaalvoorstellingen: toegangsprijs (Kinepolis Brussel: 15 euro) Maandabonnement (14.99 dollar), jaarabonnement (149.99 dollar) via kredietkaart Pay per view items: 3.99 dollar (non-HD) en 4.99 dollar (HD) via kredietkaart NVT</p>	<p>Combinatie publieke en private middelen: Public Broadcaster Service, Neubauer Family Foundation en Toll Brothers</p>	<p>Materiaal in de Met- player is integraal afkomstig uit de eigen archieven, dit doet vermoeden dat de rechten geklaard zijn</p>
<p>Metropolit an Opera Live in HD</p>	<p>HD Live in Schools</p>	<p>Reeks operavoorstellingen wordt rechtstreeks uitgezonden in scholen</p>	<p>Inhoudelijke contextualisering (lespakketten op de website) Lespakketten bevatten audiovisuele streaming fragmenten <u>Educatief</u> Het operahuis werkte verschillende lespakketten uit, die door leerkrachten (en leerlingen) op de website kunnen geraadpleegd worden</p>	<p>Gratis model</p>	<p>NVT</p>	<p>In samenwerking met New York City Department of Education</p>	

D. Naar distributiemodellen... een aantal modaliteiten

Uit deze omgevingsanalyse komen verschillende ontsluitingsmogelijkheden aan de oppervlakte. Het is mogelijk om uit deze doorlichting een aantal voorname bevindingen te distilleren die van primair belang zijn aangaande de verspreiding van audiovisuele content. De voornaamste modaliteiten, concepten en modellen werden in de matrix reeds in meer abstracte termen geformuleerd en worden in wat volgt nader toegelicht.

1. Contextualisering

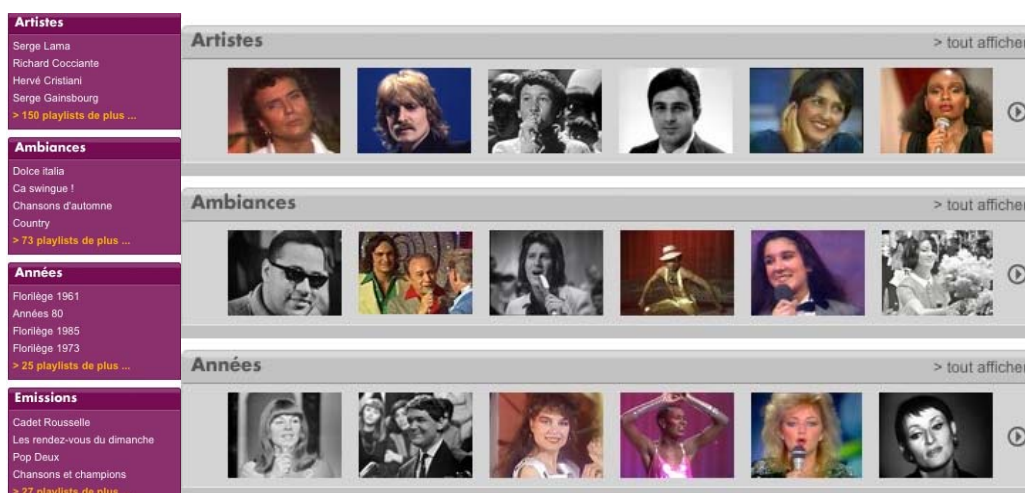
Hoewel in het algemeen gesteld kan worden dat contextualisering betekent dat content op een betekenisvolle manier aangeboden wordt aan de gebruiker, dekt het begrip vele ladingen. Betekenis kan namelijk toegekend worden op verschillende manieren. Via een omgevingsanalyse van buitenlandse cases wordt nagegaan welke contextualiseringsvormen gangbaar zijn bij de verspreiding van audiovisuele content en welke intermediairen daar een rol in spelen.

Hoewel er erg ruime opvattingen bestaan over het begrip contextualisering – het aanbrengen van metadata kan ook beschouwd worden als een vorm van contextualisering – werden uit de buitenlandse cases drie vormen gedistilleerd: structurele contextualisering, inhoudelijke contextualisering en gebruikerscontextualisering.

1.1. Structurele contextualisering

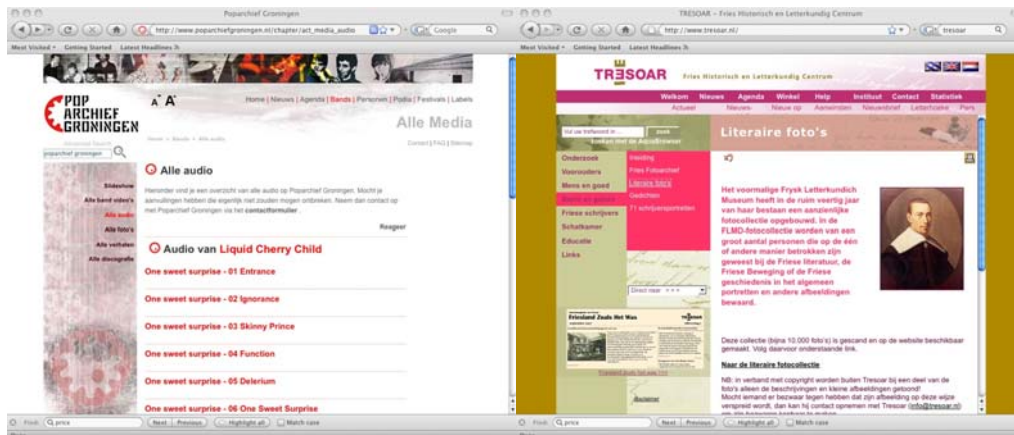
Structurele contextualisering duidt op de meerwaarde die ontstaat wanneer audiovisuele content onder een bepaalde structuur samengebracht wordt. De structurele organisatie van de content bepaalt bijgevolg mede de betekenis en/of verwekt een betekenis-surplus.

Structurele contextualisering wordt in vele gevallen verwezenlijkt door de content op te delen per thema, artiest, jaartal, enz. Contentaanbieders plaatsen een audiovisueel fragment binnen een bepaalde reeks en kennen het derhalve additionele betekenis toe.



Afbeelding 24: screenshot van structurele contextualisering op Place Aux Chansons (Institut National de l'Audiovisuel)

Structurale contextualisering is anderzijds ook mogelijk door opdelingen per mediatype. Dit wordt bijvoorbeeld toegepast door Poparchief Groningen en Tresoar. In beide instellingen wordt audiovisuele content gegroepeerd volgens mediatypes zoals audiobestanden, fotomateriaal, video's, enz.:



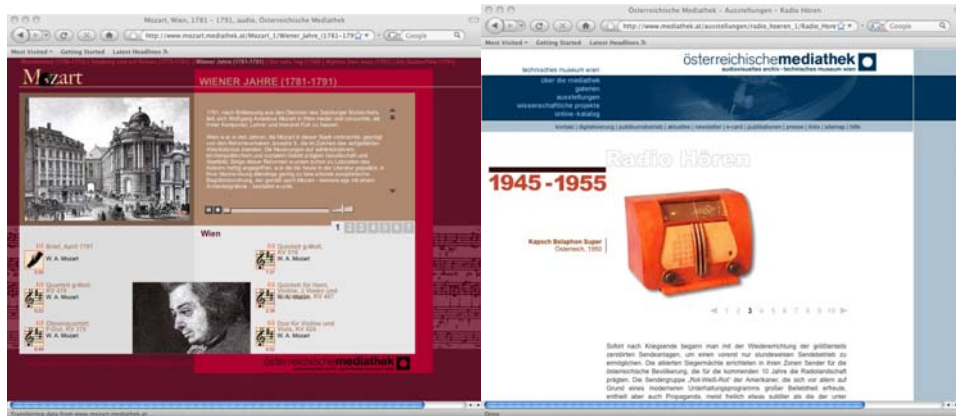
Afbeelding 25: screenshots van structurele contextualisering door Poparchief Groningen (l.) en Tresoar (r.)

Audiovisueel materiaal wordt in de meeste gevallen evenwel niet louter structureel gegroepeerd. Dikwijls wordt audiovisuele content die ingedeeld wordt volgens bepaalde structuren (thema's, artiesten, mediatypes, enz.) aangevuld met inhoudelijke toelichting. In wat volgt, wordt daarom een tweede vorm van contextualisering onderscheiden en toegelicht.

1.2. Inhoudelijke contextualisering

Inhoudelijke contextualisering wordt opgevat als een contextualiseringsvorm waarbij de meerwaarde voor de gebruiker ligt in inhoudelijke verdieping. Audiovisuele content wordt aangevuld met externe en bijkomende informatie, die de traditionele metadata overvleugelt. Inhoudelijke contextualisering kan op verschillende manieren verwezenlijkt worden. Zo kan randdocumentatie bij de fragmenten op de website gevoegd worden, maar die kan evenzeer via hyperlinking aangeboden worden.

In vele gevallen wordt inhoudelijke verdieping aangeboden op de website zelf. Dit geldt bijvoorbeeld voor verschillende platformen van de Oostenrijkse Mediathek:



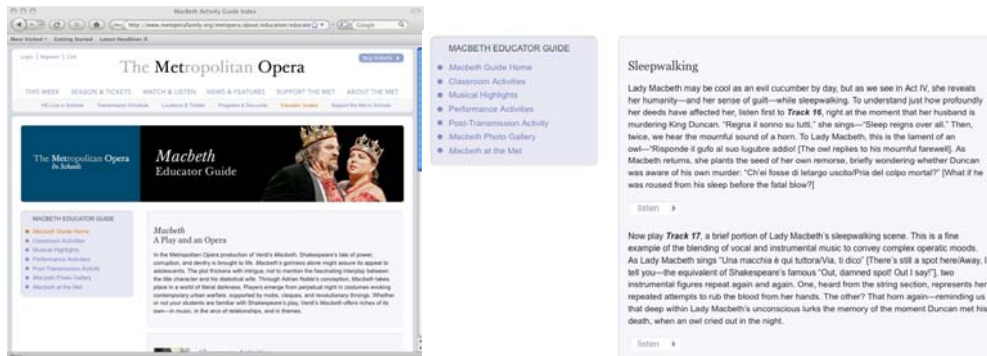
Afbeelding 26: screenshots van inhoudelijke contextualisering op de externe websites zelf van de Österreichische Mediathek: het Mozartplatform (l.) en het radioplatform (r.)

Inhoudelijke contextualisering via hyperlinking gebeurt op de muzieksite Fonos. Fonos werkt samen met het Nationaal Pop Instituut (NPI), een vereniging die zich inzet voor de ontwikkeling van de Nederlandse popmuziek. De site van NPI bevat biografische en discografische gegevens over 2500 Nederlandse popgroepen vanaf 1945 tot op heden. Op Fonos wordt bij een groot aantal van de beschikbare muziektitels een hyperlink bijgevoegd naar aanverwante pagina's binnen de website van het NPI:



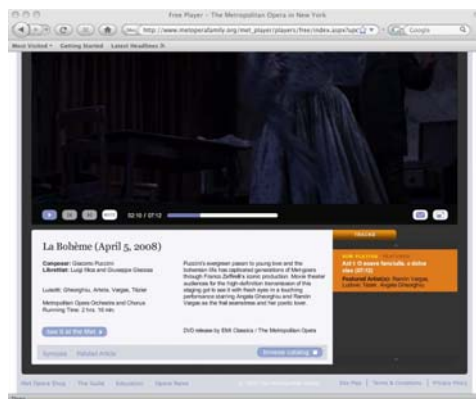
Afbeelding 27: screenshots van inhoudelijke contextualisering op Fonos (l.) via hyperlinking naar Het Nederlands Pop Instituut (r.)

Een andere vorm van inhoudelijke contextualisering is packaging. Hierbij wordt niet alleen aanvullende informatie gegeven, de content wordt gebundeld in thematische – en dikwijls doelgroepgerichte – pakketten. Packaging overstijgt structurele contextualisering omdat het de content niet louter structureel-thematisch samenbrengt, de content wordt gebundeld en zingegeven door aanvullende informatie. Packaging gebeurt veelal voor het onderwijs; voorbeelden hiervan zijn de platformen Teleblik en Academia van Beeld en Geluid, Jong Tresoar en de online beschikbare lespakketten ('educator guides') van Metropolitan Opera:



Afbeelding 28: screenshots van een lespakket (samenvatting, hoogtepunten, interactieve opdrachten, enz.) van Metropolitan Opera over de opera Macbeth

Packaging voor het grote publiek gebeurt eveneens door Metropolitan Opera, in de Met-player. Inhoudelijke contextualisering krijgt hier vorm deels binnen de interface, deels via hyperlinking en bestaat onder meer uit een castbeschrijving, een samenvatting en een doorverwijzing naar aanverwante artikels:



Afbeelding 29: screenshot van de operavoorstelling La Bohème in de Met-player.

Structurele en inhoudelijke contextualisering worden in vele gevallen verwezenlijkt door contentaanbieders, webbeheerders en eventuele partners. Toch hebben ook de gebruikers af en toe de hand in de structurele organisatie en/of de inhoudelijke verdieping van audiovisuele content.

1.3. Gebruikerscontextualisering

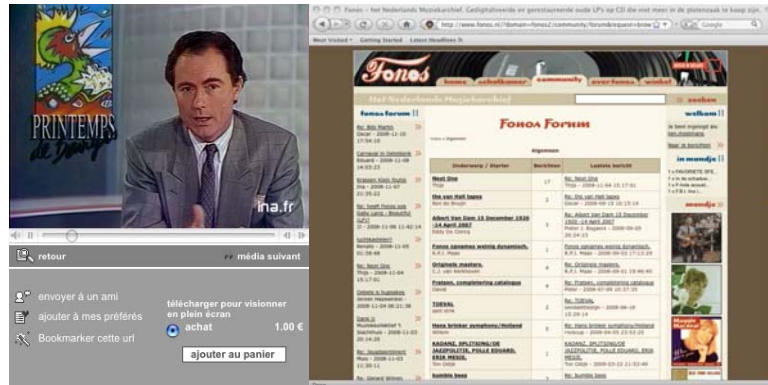
Would you like to comment?

Afbeelding 30: detail van screenshot van Flickr

Bekende web 2.0-applicaties zoals Wikipedia, Last.fm en Flickr zijn interactieve websites waarbij het delen en uitwisselen van gegevens centraal staat. Het kan gaan om kennis en informatie, muziek en foto's, maar evenzeer over links en contacten (*social bookmarking*) en persoonlijke overwegingen (*blogs*). Deze evolutie (sommigen spreken al van een opkomend Web 3.0-tijdperk) vindt ook plaats in de verspreiding van audiovisuele content. You Tube is wellicht de gekendste Web 2.0-applicatie in het audiovisuele domein. De leus *Broadcast Yourself* laat weinig aan de verbeelding over; You Tube biedt een platform voor het kosteloos opladen, bekijken, delen en becommentariëren van videoclippen door

gebruikers. Bij het opladen kunnen trefwoorden (*tags*) toegekend worden aan het fragment die een niet-hiërarchische classificering mogelijk maken (*folksonomies*).

Gebruikerscontextualisering past volledig binnen het Web 2.0-verhaal en verwijst naar de context die de gebruiker zelf aanlevert en die nuttig kan zijn voor andere gebruikers. Gebruikerscontextualisering is een veelzijdig begrip; het kan gaan om beoordelingen (zie Institut National de l'Audiovisuel), contextualisering door communities (zie: Fonos), social bookmark managers die lijsten aanmaken van interessante websites en die gedeeld kunnen worden (zie: Institut National de l'Audiovisuel), enz.



Afbeelding 31: screenshots van het Institut National de l'Audiovisuel (l.) en het Fonosforum (r.)

Verschillende audiovisuele contentaanbieders in de culturele sector hebben binnen YouTube eigen kanalen (*branded channels*) aangemaakt. Op deze kanalen komen structurele, inhoudelijke en gebruikerscontextualisering vaak samen. Beeld en Geluid en het Institut National de l'Audiovisuel hebben dergelijke kanalen waarop zij content volgens bepaalde thema's opladen (structurele contextualisering). Op die manier kunnen gebruikers bepaalde fragmenten bekijken en becommentariëren (inhoudelijke contextualisering).



Afbeelding 32: screenshots van Beeld en Geluid (l.) op YouTube (r.)

Distributiekeuzes – en daarmee wellicht ook ook de mate van contextualisering – worden denkkelijk sterk bepaald door financiële overwegingen en inkomstenstromen. In wat volgt, worden daarom twee vormen van inkomsten bestudeerd: inkomsten die rechtsreeks gegenereerd worden door de (exploitatie van) content en inkomsten die niet rechtstreeks uit content voortkomen.

2. Inkomstenstromen en revenuemodellen

Om tot begrijpbare distributiemodellen te komen werd gekozen om de opsplitsing te maken tussen contentgebonden revenuemodellen vanuit gebruikersperspectief en de bijkomende inkomsten als aanvulling op deze revenuemodellen om ze vanuit aanbiedersperspectief te begrijpen. De motivatie voor deze opsplitsing is zowel van pragmatische als fundamentele aard. Bij dergelijke sterk verschillende institutionele situaties, zijn inkomsten die niet uit content voortkomen moeilijk onderling vergelijkbaar. Hoewel deze inkomsten denkbaar een invloed zullen hebben op de beslissingen over benodigde inkomstenstromen uit content, zijn ze vanuit het perspectief van de gebruiker niet steeds rechtstreeks relevant. Bovendien zullen deze niet-contentgebonden inkomstenstromen in een context waar verschillende partners met een heel andere achtergrond samenwerken vaak erg complex zijn. In wat volgt, worden eerst niet-contentgebonden inkomsten besproken, vervolgens worden contentgebonden revenuemodellen toegelicht.

2.1. Niet-contentgebonden inkomsten (vanuit aanbiedersperspectief)

De aard en de schaal van contentdistributie wordt veelal beïnvloed door de financiële omstandigheid van de instelling. De financiële slagkracht binnen bepaalde sectoren is bovendien sterk afhankelijk van overheidssteun; met name de culturele sector is vanouds een sterk gesubsidieerde sector. De verspreiding van audiovisuele content wordt in deze branche dikwijls mede mogelijk gemaakt door subsidies van de overheid. Toch wordt de distributie van audiovisuele content ook vanuit het privé- en bedrijfsleven gefaciliteerd. Het internet is een uitgelezen platform voor commerciële inkomstgenererende praktijken zoals sponsoring en advertising. In dit deel worden inkomsten belicht die niet rechtstreeks uit content voortkomen – bijvoorbeeld via verhuur en verkoop – maar die afkomstig zijn van andere inkomstenstromen, vanuit het perspectief van de aanbieder.

Van Gaius Maecenas tot Bill en Melinda Gates, het cultuurmecenaat is een historisch verschijnsel. Verklaringen voor dit fenomeen bestaan onder meer uit oorzakelijke economische factoren (zoals de *cost disease* van Baumol & Bowen, 1966) en educatief-maatschappelijke argumenten (zoals de bestaanswaarde, legaatwaarde en optiewaarde van culturele producten, zie bijvoorbeeld: Throsby, 2001). Sinds de jaren zestig van de vorige eeuw is er bovendien een trend om de culturele sector vanuit de bedrijfswereld te steunen (Frémion, 1994).

2.1.1. Overheidssteun

De kostenziekte duidt op een discrepantie in output in verschillende sectoren van de economie. Het komt er op neer dat door de technologische vooruitgang eenzelfde output kan geproduceerd worden met steeds minder arbeidsinput. Deze vaststelling geldt evenwel niet voor de kunstensector (Werck, 2002). Tegenwoordig zijn nog steeds evenveel

muzikanten nodig om een snaarkwartet van Beethoven te spelen als in de negentiende eeuw. De productiviteit van klassieke muziekvoorstellingen is sindsdien bijgevolg niet gestegen, de muzikantenlonen echter wel. Deze discrepantie maakt de kern uit van de kostenziekte en wordt dikwijls aangewend als pleidooi voor een subsidiëring in de kunstensector. Ook wijzen heel wat mensen op het maatschappelijke belang van kunst, en in zaken van een publieke waarde wordt de overheid dikwijls aangewezen als geldschietter. Dat de overheid moet tussenkomen in de financiering van de sector is voor sommigen dan wel evident, voor anderen helemaal niet: *'The arts should not be subsidized because they are a minority interest. They amount to taking money from everyone through taxation and funding the leisure activities of the rich and/or privileged'*.¹⁹

Verschillende case studies uit de omgevingsanalyse tonen aan dat de overheid dikwijls optreedt als subsidiegever. Beeld en Geluid, Poparchief Groningen, Tresoar, het Institut National de l'Audiovisuel, de Österreichische Mediathek, de Visual Arts Database Service en de Metropolitan Opera worden alle financieel ondersteund door nationale en/of regionale overheden.

In vele gevallen gaat het echter om een combinatie van publieke en private subsidiegevers. Beeld & Geluid wordt bijvoorbeeld gesubsidieerd vanuit het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en medegefinancierd door private sponsors, stichtingen en bedrijven. Ook Poparchief Groningen wordt zowel vanuit de provincie gesteund als vanuit particuliere fondsen zoals Prins Bernard Cultuurfonds en VCB Fonds. Ook het Institut National de l'Audiovisuel en de Metropolitan Opera in New York ontvangen naast overheidssubsidies, financiële steun uit de bedrijfswereld. Alleen NostalgieNet, Museum On the Go en ZDF Enterprises zijn integraal commerciële initiatieven.

2.1.2. Commerciële inkomstgenererende praktijken

Zoals vermeld, kunnen naast overheidssteun aanbieders van audiovisuele content ook wel eens rekenen op andere niet-contentgebonden inkomsten. Het kan bijvoorbeeld gaan om reclame-inkomsten, sponsoring, schenkingen, private subsidies, enz. Meer en meer bedrijven haken sinds de tweede helft van de vorige eeuw hun namen of merken vast aan culturele activiteiten: *'sponsorship is seen by some as essentially part of a company's promotional toolkit'* (O'Hagan & Harvey, 2000: 205). O'Hagan & Harvey (2000) maken daarenboven een verschil tussen bedrijfsfilantropie (*corporate philanthropy*) en bedrijfssponsoring (*corporate sponsorship*). Voor de eerste vorm geldt dat er dikwijls weinig (publiekelijk) verband is tussen het bedrijf en de instelling, in de tweede bijdragevorm is een expliciete promotie van het bedrijf veelal een conditio sine qua non.

Bedrijfsfilantropie is een kenmerkend Amerikaans fenomeen. Zo ontvangt de New Yorkse Metropolitan opera *'generous grants'* van Toll Brothers, een luxueus bouwbedrijf, en The

¹⁹ Het citaat is afkomstig uit een document (van het Amerikaanse *Lyon-college*) dat verschillende argumenten, tegenargumenten en discussiepunten over het subsidiëren van kunst en cultuur oplijst. Voor het volledige document, zie: www.lyon.edu/webdata/users/mbeck/2,%20subsidize%20arts.doc

Neubauer Family Foundation, een familiefonds dat hoofdzakelijk uitgaat van de schenkingen van Joseph Neubauer, een grootkeukengigant. Ook Beeld en Geluid heeft verschillende bedrijfspartners die niet eenduidig met de activiteiten van de instelling verband houden (Oilily, UTS, enz.). Hun bedrijfsnaam wordt verder niet expliciet verbonden aan de instelling.

NostalgieNet daarentegen bevat op het tijdstip van analyse online advertising, zoals streaming video advertising in de online videotheek, sponsoring van programma's op TV en internet, sponsoring van prijsvragen en speciale acties op de site en in print of de productie van eigen videoproducties. Het oppert zelfs de mogelijkheid aan sponsors en adverteerders om hun merken te verbinden aan bepaalde videofragmenten in de videotheek: '*(d)enkt u daarbij ook eens aan onze maandthema's, met onderwerpen als "Mode", "Vervoer", "Gezondheid" en "Reizen". Deze zijn bij uitstek geschikt om als sponsor/adverteerder uw merk aan te verbinden en inhoudelijk te laden*'. Op de website van NostalgieNet wordt op het moment van analyse geadverteerd door Lexa, '*de ware datingsite*' van Nederland. Ook op Place Aux Chansons en Chronique d'un Festival, externe themawebsites van het Franse Institut National de l'Audiovisuel, staan reclameblokken van een autofabrikant en een cruisevaartmaatschappij.

2.1.3. Inkomstenstromen en het gratis-verhaal

'Free doesn't mean that no money is made. It just means that there's the flexibility to make a product available free to an end user as long as a third party is paying' (Chris Anderson in gesprek met 123-reg) (...) Free is not as simple (...) as it sounds. Just because products are free doesn't mean that someone, somewhere, isn't making huge gobs of money.' (Anderson, 2008).²⁰

In bepaalde gevallen zorgen publieke en commerciële inkomstenstromen ervoor dat (cultuur)consumptie goedkoop of zelfs gratis is voor de gebruiker. Zo kan de indruk gewekt worden dat Google functioneert vanuit het gratis-model (gratis zoekmotor), het bedrijf genereert evenwel significante inkomsten door reclame. Toch is het geboden erop te wijzen dat 'gratis' niet louter vanuit het oogpunt van de gebruiker overwogen kan worden en wordt, wat voor de eindgebruiker kosteloos is, in vele gevallen gefinancierd door andere instanties (bijvoorbeeld overheden of bedrijven, zie paragrafen 2.1.1. en 2.1.2.) of (bedrijfs)activiteiten, een verschijnsel dat economen beschrijven als cross-subsidiëring.²¹ Cross-subsidiëring duidt ruwweg op de onderlinge kostenverschuiving van verschillende producten; gebruikers/klanten krijgen bijvoorbeeld een product gratis aangeboden als ze betalen voor een ander(e) product of dienst. Lagere inkomsten voor een bepaald product worden op die manier gecompenseerd door de (hogere) inkomsten van een ander product. Cross-subsidiëring leunt aan bij het '*freemium*'-model omdat de gebruikers die betalen voor *premium*-versies de kosten dekken van zij die alleen gebruik

²⁰ Het volledige interview (02/01/2008) met Chris Anderson in 123-reg kan nagelezen worden op de volgende webstek: <http://inside.123-reg.co.uk/archives/chris-anderson-free-long-tail>

²¹ Voor een uitgebreide definiëring en analyse van het begrip cross-subsidiëring, kan Ralph (1992) nagelezen worden.

maken van de gratis versie. Dit principe wordt wel eens omschreven als de 1 Percent Regel, waarbij 1 procent van de gebruikers de consumptie van de overige 99 procent ondersteunt: '(...) for every user who pays for the premium version of the site, 99 others get the basic free version' (Anderson, 2008).

2.2. Contentgebonden revenuemodellen (vanuit gebruikersperspectief)

2.2.1. Gratis model

*'Information Wants To Be Free. Information also wants to be expensive. Information wants to be free because it has become so cheap to distribute, copy, and recombine---too cheap to meter. It wants to be expensive because it can be immeasurably valuable to the recipient. That tension will not go away.'*²²

De komst en de ontwikkeling van het internet zorgde voor een digitaliseringsproces binnen vele bedrijven, organisaties en instellingen. Door de lage marginale kosten die horen bij het produceren en distribueren van digitale bestanden, werd door de jaren meer en meer geëxperimenteerd met het gratis verspreiden van digitale content. Google is wellicht één van de gekendste spelers in het gratis verhaal. Deze geavanceerde zoekmachine biedt de gebruiker gratis zijn diensten aan.

Het zijn niet alleen online dienstenleveranciers die het gratis model aanwenden. Ook houders en aanbieders van multimediale data kiezen om uiteenlopende redenen om hun content gratis vrij te geven. In de culturele sector gebeurt dit dikwijls vanuit publieksverruimende en (cultuur)educatieve overwegingen. In Nederland hebben Beeld en Geluid en Tresoar bijvoorbeeld een onmiskenbare educatieve opzet. Beide organisaties hebben met het oog op het onderwijs verschillende platformen ontwikkeld waarbinnen audiovisuele content gratis toegankelijk gemaakt wordt. De New Yorkse Metropolitan Opera maakt binnen het 'Live in HD in Schools'-initiatief volledige lespakketten met audiovisueel materiaal gratis toegankelijk op zijn website (audiovisuele fragmenten kunnen echter niet gedownload worden). Dat het gratis model vaak aangewend wordt vanuit cultuureducatieve beweegredenen, demonstreert ook de Britse Visual Arts Database Service. Deze databank laat het toe om alle kunstwerken in zijn collectie gratis te downloaden. De Oostenrijkse Mediathek verleent dan wel geen downloads, behoorlijk wat audiovisueel materiaal uit het Oostenrijkse culturele erfgoed wordt via verschillende thematische platformen gratis via streaming beschikbaar gesteld. Toch gaat het gratis model niet noodzakelijk gepaard met educatieve doeleinden; het Gronings Audiovisueel Archief en Poparchief Groningen zijn niet nadrukkelijk uit op educatie en willen in de eerste plaats een algemene verzamelplaats zijn van audiovisueel materiaal afkomstig uit de regio.

²² Het citaat wordt toegeschreven aan Stewart Brand, hoewel andere individuen er variaties op hebben geformuleerd (zie: Denning, 1990).

In bovenstaande voorbeelden valt het op dat alleen het Gronings Audiovisueel Archief, Poparchieff Groningen, Österreichische Mediathek en Visual Arts Database Service voor de gebruiker geheel gratis opereren. Aankopen zijn zelfs niet mogelijk via hun websites. Beeld en Geluid, Tresoar en Metropolitan Opera hebben naast gratis platformen ook platformen die op basis van betaling werken. Het ziet er bijgevolg naar uit dat bedrijven dikwijls een combinatie van verschillende inkomstenmodellen hanteren.

In het deel over niet-contentgebonden inkomsten werd gewezen op mogelijk latente financieringsmodellen, zoals cross-subsidiëring. Deze maken het gratisconcept wel eens problematisch. Hoewel online content vanuit gebruikersperspectief in vele gevallen gratis toegankelijk is, moet steeds rekening gehouden worden met achterliggende kosten (digitaliseringskosten, opslagkosten, werkingskosten, enz.) die vaak door middel van diverse financieringsstromen bekostigd worden. De gemeenplaats *'There ain't no such thing as a free lunch'* wordt door Chris Anderson in The Guardian als volgt gedeut:

'A free lunch doesn't necessarily mean the food is being given away or that you'll pay for it later - it could just mean someone else is picking up the tab'.²³

2.2.2. Free & added value model

'In recent years, consumer sites have introduced fee-based content and many others began operating with successful mixed-revenue models. Typically with B2C (business to consumer), much of the fresh content is free and includes ads, but readers are charged for archived data' (Scott, 2003).

Het free & added value model duidt in dit rapport op een revenuemodel waarbij bepaalde *content* gratis toegankelijk is en waarbij tegen betaling een kwaliteitsverhoging van de content aangeboden wordt. Dit verschilt met het *freemium*-model omdat het bij dit laatste gaat om *basisdiensten* die gratis aangeboden worden, voor meer geavanceerde diensten of functionaliteiten moet de gebruiker betalen:

'Give your service away for free, possibly ad supported but maybe not, acquire a lot of customers very efficiently through word of mouth, referral networks, organic search marketing, etc., then offer premium priced value added services or an enhanced version of your service to your customer base' (Wilson, 2003)

Bekende voorbeelden van *freemium*-modellen zijn Flickr en Skype. Flickr biedt beperkte foto-opslagcapaciteit gratis aan, voor de Pro-versie (meer capaciteit en functionaliteiten) moet betaald worden. Bij Skype is gebruik van het intern netwerk gratis, voor telefoonverkeer buiten het netwerk moet betaald worden.

Het free & added value model sluit nauw aan bij het previewprincipe. In een aantal van de besproken voorbeelden worden korte fragmenten audiovisueel materiaal op de website aangeboden als voorproef. Voor de volledige versie moet de gebruiker betalen. De collectie

²³ Het volledige artikel kan nagelzen worden op de website van The Guardian: <http://www.guardian.co.uk/money/2008/may/06/consumeraffairs.economics>

van Museum On The Go bestaat onder meer uit ringtones voor mobiele toestellen, waarvan telkens een aantal seconden via streaming op de website gratis kunnen beluisterd worden. Om de volledige ringtone te downloaden, betaalt de gebruiker een bepaald bedrag. Bovendien wordt op de afbeeldingen die als wallpaper gedownload kunnen worden (maar ook rechtstreeks van de website op een pc) het beeldmerk 'Preview' geplaatst.



Afbeelding 33: screenshot van preview Museum On The Go

De kern van het free & added value model ligt in de mogelijkheid te betalen voor verhoogde kwaliteit van de content. Sommige instellingen kiezen bijvoorbeeld om beeldmateriaal in kleine vensters weer te geven. Voor een full-screen versie moet de gebruiker dan betalen. Het Institut National de l'Audiovisuel biedt op verschillende platformen audiovisuele fragmenten aan, die de gebruiker integraal (hierin ligt het verschil met het previewprincipe) en gratis via streaming kan bekijken in kleine vensters. Wanneer hij/zij een full-screen wenst, moet betaald worden.



Afbeelding 34: screenshot (l.) en detail (r.) van beeldmateriaal van het Institut National de l'Audiovisuel

2.2.3. Clicks-and-bricks model

In dit model vindt de verkoop van goederen plaats in een online én een offline omgeving. Zo kan een aanbieder ervoor zorgen dat klanten goederen online kunnen bestellen (*clicks*), maar hun koopwaar in een plaatselijk filiaal moeten ophalen (*bricks*). Een bestelling kan anderzijds ook aan huis geleverd worden. Supermarkten passen dit model sinds lang toe; zij bieden klanten de mogelijkheid om bestellingen online door te geven en leveren de bestelling vervolgens aan huis of in de lokale supermarkt.

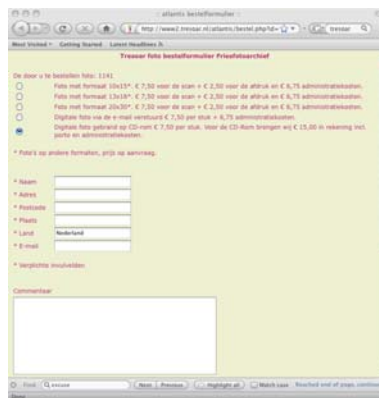
Dit model werd aanvankelijk vooral gebruikt door pure internetwinkels. Al snel bleek dat de keuze tussen offline en online verkoopstrategieën voorbijgestreefd was; meer en meer zaakvoerders maken gebruik van een combinatie van beide verkoopkanalen:

'Many traditional (i.e. bricks-and-mortar) organizations have also incorporated online working to become clicks-and-mortar e-businesses, whether serving business-to-consumer (B2C) or

business-to-business (B2B) markets' (Barnes et al., 2004: 199).

Weinig bedrijven, instellingen en organisaties hebben tegenwoordig helemaal geen online aanwezigheid. Sommige verhandelen louter producten of diensten online, maar ook zij hebben in vele gevallen meer dan alleen een online kanaal. Andere verkopen alleen digitale producten, bijvoorbeeld audiovisueel materiaal, die geen fysieke winkel meer nodig hebben. Toch hebben vele aanbieders en verkopers naast een online platform ook een vorm van vertegenwoordiging in de 'bakstenen' wereld. De kern van dit model ligt met andere woorden in de combinatie van traditionele (fysieke winkels) en online (catalogi op websites) verkoopkanalen.

Beeld en Geluid heeft verschillende platformen die audiovisueel materiaal volgens het clicks-and-bricks model verkopen en verspreiden. Een deel van het muziekkarchief van Beeld en Geluid wordt via Fonos gratis via online streaming beschikbaar gesteld. Via een bestelknop kunnen muziekplaten aangekocht worden. Het partnerbedrijf Tree Top staat in voor de orderverwerking, de facturatie en de incasso. Bestellingen worden aan huis geleverd. De audiovisuele content die op NostalgieNet ontsloten wordt, is eveneens gratis toegankelijk via streaming. Hoewel het op de portaal-site niet mogelijk is om rechtstreekse aankopen te doen, kunnen bepaalde producties via een externe webwinkel verkregen worden. Ten slotte hanteert ook Tresoar dit model binnen zijn portaal-site. Foto's uit de catalogus van het Fries Fotoarchief kunnen op de website gratis bekeken worden en besteld worden. De foto's worden na ontvangst van de betaling aan huis geleverd.



Afbeelding 35: screenshot van de betaalsite van het Fries Fotoarchief (Tresoar)

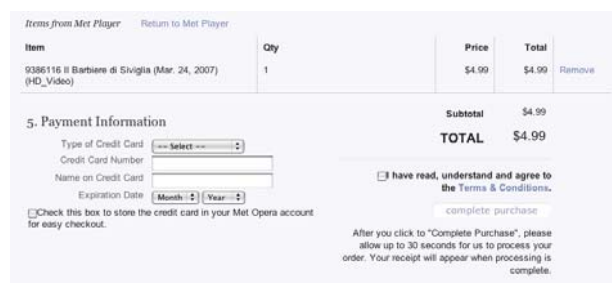
2.2.4. Pay-per-order model

Het pay-per-order model houdt in dat klanten/gebruikers toegang krijgen tot digitale content door middel van een eenmalige betaling. Dit model omvat verschillende distributiemodaliteiten. Behalve Video-on-Demand (VOD) en Near-Video-On-Demand (NVOD), is ook pay-per-view behoorlijk courant in de verspreiding en verkoop van audiovisueel materiaal. Het begrip pay-per-view stamt uit het televisiedomein en impliceert dat de kijker betaalt per keer dat hij/zij kijkt. Varianten hierop zijn dan pay-per-listen (voor audiomateriaal) en pay-per-time (in de gaming-industrie). Het verschil tussen Near-Video-On-Demand (waarbij films op bepaalde momenten uitgezonden en herhaald

worden), Video-On-Demand (waarbij de film begint op een moment dat men zelf kiest) en het pay-per-view wordt wel eens toegewezen aan de vrijheid van de kijker. Anders dan bij pay-per-view, kiest de kijker bij NVD en VOD in zekere mate zelf wanneer hij/zij kijkt. In deze opvatting van Pay-per-view geldt dat niet de kijker, wel de aanbieder het tijdstip van de uitzending bepaalt:

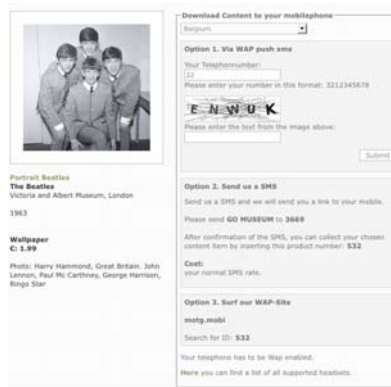
'In PPV (pay-per-view), a piece of digital content such as a sports event or a movie is offered to consumers. The corresponding pay-TV operator defines the time for the broadcast of the event, as well as the channel, which is referred to as service in the following' (Kirkels et al., 2007).

Pay-per-view kan ook als een vorm van (online) streaming on demand beschouwd worden. Een voorbeeld hiervan is het online opera-aanbod van de New Yorkse Metropolitan Opera. Metropolitan Opera Live in HD is een initiatief dat uitgaat van The Metropolitan Opera in New York waarin een reeks operavoorstellingen rechtstreeks en in HD vertoond worden in bioscoopzalen in Noord-Amerika, Europa en Japan. Toch zijn er ook pay-per-view-vormen waarbij de kijker zelf het kijkmoment bepaalt. Vanaf 2008 geeft het operahuis, naast het 'live in HD'-initiatief, ook voorstellingen vrij voor de individuele online gebruiker. Het ontwikkelde hiervoor de Met-player, een online streaming dienst. Deze applicatie bevat naast een aantal opnames van de live in HD-uitzendingen ook ander audiovisueel materiaal uit de archieven van de Met. Pay-per-view aankopen kosten 4.99 dollar voor HD-video's en 3.99 dollar voor audiofragmenten of non-HD-video's en worden via streaming in de Met-player weergegeven.



Afbeelding 36: screenshot van de betaalsite van Metropolitan Opera

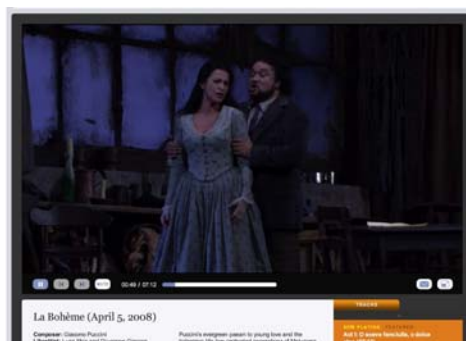
Een andere veelvoorkomende distributiemodaliteit binnen het pay-per-order model is pay-per-download, waarbij een eenmalige betaling een download oplevert. Het verschil met pay-per-view ligt in de toegankelijkheid na de betaling. Bij pay-per-view heeft de kijker na afloop van de uitzending in de meeste gevallen geen toegang meer tot de content, bij pay-per-download wordt het materiaal aangeboden als download en blijft het in bezit van de gebruiker. Zo stelt Museum On The Go naar eigen zeggen meer dan 1000 afbeeldingen, geluidsfragmenten en ander audiovisueel materiaal uit verschillende participerende kunstinstellingen beschikbaar als downloads voor mobiele toestellen. Materiaal bestellen kan op drie manieren. De bezoeker moet zijn/haar telefoonnummer doorgeven op de website. Het gewenste materiaal wordt dan via WAP, via SMS of via internet ('WAP push SMS') doorgestuurd naar het ingegeven nummer. De besteller betaalt het bedrag van het item en eventuele operatorkosten.



Afbeelding 37: screenshot van de betaalsite van Museum On The Go

Bovendien is het inmiddels duidelijk dat de inkomstenstroom van vele bedrijven, organisaties en instellingen via een combinatie van verschillende revenuemodellen gegenereerd wordt. Het Nederlands-Friese informatiecentrum Tresoar hanteert bijvoorbeeld een clicks-and-bricks model waarbij bestellingen die online overgemaakt zijn aan huis geleverd worden. Het distributiemodel van Tresoarmateriaal kan anderzijds ook als een pay-per-order model omschreven worden. Er vindt een eenmalige betaling plaats, waarop vervolgens de bestelling (i.e. digitale foto's) aan huis of via e-mail geleverd wordt.

Zoals er pure online pay-per-order verkoopkanalen zijn (zie Metropolitan Opera), kan een pay-per-order-model ook een fysieke component hebben, waarbij een eenmalige bestelling aan huis wordt geleverd (zie Tresoar en Fonos). Vele clicks-and-bricks-modellen behoren met andere woorden tot de classificatie pay-per-order, maar niet elk pay-per-order-model heeft een fysieke component.



Afbeelding 38: screenshot van pay-per-order streamingdienst Met-player

2.2.5. Subscriptie- en licentiemodel

Parallel met het *freeconomics*-concept van Anderson (2008; zie het gratis-model), beweren sommige hedendaagse economen en marketeers dat het gratis-model achterhaald is. Hoewel er op een bepaald moment in het internettijdperk een duidelijke trend bestond om content gratis toegankelijk te maken, ziet het er naar uit dat vele online contentproviders afstappen van het gratis-model, en stilaan overschakelen naar een betalend abonnementen- of subscriptiemodel:

'Internet companies will return to the subscription model given their signal lack of success in supporting themselves solely with advertising (...) the 'free' connotation to the Internet is eroding away slowly (...) the subscription model will gain momentum on the Internet as the memory of free service fades and the utility of new service increases (...) Value to the subscriber base will increase as the frame of reference in which the subscriber determines value switches away from prior cost' (Heskett, 2001)

In het subscriптиemodel betaalt de gebruiker een bedrag om voor een bepaalde periode toegang te krijgen tot een product of dienst. Abonnementen worden doorgaans op maandelijkse, jaarlijkse of seizoensbasis afgesloten. Ook in dit model betaalt men in de meeste gevallen eenmalig, maar anders dan in het pay-per-order model wordt content in dit model gewoonlijk periodiek aangeboden.

Het subscriптиemodel wordt door verkopers dikwijls aangewend omdat abonnementen een inkomstenstroom verzekeren en op die manier een aantal financiële onzekerheden en risico's reduceren. In vele gevallen worden abonnementen bovendien vooraf betaald. Voor klanten/gebruikers zijn bepaalde abonnementformules voordelig omwille van tijd (vooral bij herhaaldelijke leveringen) en geld (langetermijns promoties).

Het subscriптиemodel omvat verschillende soorten abonnementen. Zo bestaan er overeenkomsten die een precies aantal producten of diensten vooropstellen. Deze zijn veelvoorkomend in de geschreven pers. Voor een jaarabonnement op een maandblad of een krant betalen gebruikers – dikwijls eenmalig en vooraf – een bepaald bedrag en ontvangen ze gedurende een jaar maandelijks één exemplaar.

Een ander type abonnement geeft voor een bepaald bedrag onbeperkte toegang tot goederen of diensten. Deze toegang kan persoonlijk en niet-overdraagbaar zijn, maar er bestaan ook abonnementen waarbij de toegang geldt voor een groep mensen. Een abonnementmodel dat onbeperkte toegang verschaft, wordt bijvoorbeeld gehanteerd door de New Yorkse Metropolitan Opera. De digitale catalogus Met-player biedt twee vormen aan: een maandabonnement (14.99 dollar) en een jaarabonnement (149.99 dollar). Hiervoor krijgen klanten gedurende de betreffende periode ongelimiteerde toegang tot de catalogus van het operahuis.

Nauw aansluitend bij het subscriптиemodel, wordt door sommigen het licentiemodel onderscheiden. Hierbij wordt een licentie verschaft aan een bepaalde instelling waardoor al zijn leden toegang hebben tot de aangeboden content of diensten. Het licentiemodel wordt ook aangewend door aanbieders van audiovisueel materiaal. Teblik en Academia zijn twee onderwijsplatformen van Beeld en Geluid die licenties verkopen aan scholen waardoor alle leerlingen, leerkrachten en medewerkers toegang krijgen tot de content die wordt aangeboden op de platformen. Via individuele registratienummers kunnen leerlingen filmpjes op Teblik raadplegen; leerlingen hebben bijgevolg ook van thuis uit toegang tot het platform.



Afbeelding 39: screenshot van de registratiepagina van Teleblik

Uiteraard behelst het subscriптиemodel ook andere varianten. Analoog met het free & added valuemodel (zie paragraaf 2.2.2.), bestaan er ook abonnementtypes die voor een bepaald bedrag toegang verschaffen tot een beperkt aantal producten of basisdiensten, maar die mits additionele betaling meer geavanceerde content of diensten leveren. Andere toepassingen binnen het subscriптиemodel zijn huurmodellen. Sommige instellingen geven content slechts voor bepaalde duur vrij. Dit gebeurt bijvoorbeeld in het Institut National de l'Audiovisuel: tegen betaling kan materiaal gehuurd worden voor een periode van maximaal 48 uur. De huurprijs is afhankelijk van het genre en de duur van het fragment.

tarifs		location 48h		
genres	durée	moins de 10 minutes	de 10 à 30 minutes	plus de 30 minutes
Actualités Informations			1€	1,5€
Documentaires Magazines		non disponible à la location		
Divertissements Variétés Fiction Sport Cinéma			1,5€	A PARTIR DE 2€

Afbeelding 40: screenshot van de huurprijzen van het Institut National de l'Audiovisuel

De afbakening van de modellen is in bepaalde gevallen vaag. Dikwijls hanteren bedrijven een combinatie van modellen en lopen de modellen op een af andere manier in elkaar over. De pay-per-view service van de Met-player kan in dit opzicht beschouwd worden als een subscriптиemodel. Pay-per-view aankopen kunnen slechts afgespeeld worden binnen een beperkte periode: *'individual purchases may be played in a six-hour period within 30 days'*.²⁴ Strikt genomen kan gesteld worden dat de kijker de voorstelling *huurt* voor een bepaalde periode.

2.2.6. Prepaidmodel

Het prepaidconcept is gebaseerd op voorafbetaling. Daar waar postpaid impliceert dat voorwerpen eerst gebruikt en dan betaald worden, wordt bij prepaid eerst betaald en dan gebruikt. Anders dan reguliere aankopen waarbij een bepaald product aangekocht wordt door middel van een simultane betaling, geldt bij prepaid dat een bepaald bedrag vooraf

²⁴ Cijfers en gegevens afkomstig van de volgende internetbron: <http://www.broadwayworld.com/printcolumn.cfm?id=32875>

opgeladen wordt op een kaart of een rekening, die vervolgens kan aangewend worden om betalingen mee uit te voeren. Prepaidkaarten worden doorgaans aangekocht volgens een bepaald bedrag (denk bijvoorbeeld aan prepaidkaarten van GSM-operatoren) en kunnen dikwijls heropgeladen worden volgens verschillende geldschijven (5 euro, 20 euro, 50 euro, enz.).

Het prepaidconcept is niet te verwarren met kredietleningen. Prepaidkaarten worden vooraf aangekocht, houders van kredietkaarten krijgen krediet voorgeschoten en betalen achteraf het gependeerde bedrag aan de kredietverlener (denk aan Visa, MasterCard, American Express, enz.).

Prepaidmodellen worden ook aangewend in de verkoop en verhuur van audiovisuele content, met name door het Institut National de l'Audiovisuel. De bezoeker kan op de verschillende platformen en externe websites van het Franse instituut afleveringen per item aankopen (pay-per-order; zie paragraaf 2.2.4.) of een bepaald bedrag opladen, volgens verschillende formules en tarieven (Initiation 10 euro; Découverte, 20 euro; en Exploration, 50 euro). De tarieven zijn afhankelijk van de duur en het genre van de gewenste items. Het is bovendien mogelijk om tegen betaling materiaal te huren voor een periode van maximaal 48 uur. Ook in dit geval kan het te betalen bedrag afgetrokken worden van het opgeladen bedrag.



Afbeelding 41: screenshots van het betalingsportaal van het Institut National de l'Audiovisuel

3. Besluit

In dit deel werden een aantal beduidende vaststellingen gedistilleerd omtrent de ontsluiting en distributie van audiovisuele content, zoals die momenteel gelden binnen een heterogene verzameling van internationale cases.

In een volgende onderzoeksfase worden deze bevindingen voorgelegd aan Vlaamse stakeholders. Via informanteninterviews worden de mogelijkheden binnen de verschillende subsectoren in kaart gebracht en beoordeeld. Het uiteindelijke doel van deze analyse is om een kader te vormen waartegen een aantal aanbevelingen met betrekking tot de distributie van audiovisuele content uitgebouwd kunnen worden, rekening houdend met de noden van verschillende gebruikersgroepen en met de gevolgen die deze met zich kunnen meebrengen voor content aanbieders. Op die manier zal dit onderzoek leiden tot een sector-getoetst overzicht van distributiemodaliteiten binnen de audiovisuele content industrie.

E. Referenties

1. Lijst van websites van besproken projecten en cases

Academia	http://www.academia.nl/
Beeld en Geluid	http://portal.beeldengeluid.nl/
Beelden voor de Toekomst	http://www.beeldenvoortoeekomst.nl/
Chronique d'un Festival	http://www.ina-festivaldecannes.com/
Cultureplayer	http://www.cultureplayer.nl/
Fonos	http://www.fonos.nl/
Gronings Audiovisueel Archief	http://www.gava.nl/
Institut National de l'Audiovisuel	http://www.ina.fr/
Mai '68, la Revolution en Images	http://mai68.ina.fr/
Metropolitan Opera	http://www.metoperafamily.org/metopera/
Museum On The Go	http://www.museumonthego.com/
NostalgieNet	http://www.nostalgienet.nl/
Österreichische Mediathek	http://www.mediathek.ac.at/
Pilot Onderwijs Media Platform	http://www.pilotomp.nl/webtv2/home
Place aux Chansons	http://chansons.ina.fr/
Poparchief Groningen	http://www.poparchiefgroningen.nl/
Schooltv Beeldbank	http://www.schooltv.nl/beeldbank/
SURFnet	http://www.surfnet.nl/nl/Pages/default.aspx
SURFmedia	http://www.surfmedia.nl/Pages/Home.aspx
Teleblik	http://www.teleblik.nl/
Tresoar	http://www.tresoar.nl/
Visual Arts Database Service	http://vads.ahds.ac.uk/
ZDF Enterprises	http://www.zdf-enterprises.de/home.1.htm
ZDF Mediathek	http://www.zdf.de/ZDFmediathek/startseite

Noot: alle websites werden regelmatig geconsulteerd in de periode september-december 2008.

2. Bronnenlijst

Anderson, C. (2008, February 2). Free! Why \$0.00 Is the Future of Business. *Wired Magazine*, 16 (3). Laatst bezocht 16 november 2008.

http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/16-03/ff_free

Barnes, D., Hinton, M. & S. Mieczkowska. (2004). Managing the transition from bricks-and-mortar to clicks-and-mortar: a business process perspective. *Knowledge and Process Management*, 11 (3): 199-209.

Baumol, W. & W. Bowen. (1966). *Performing arts - an economic dilemma*. New York: Twentieth Century Fund.

Brand, S. (1988). *The Media Lab: Inventing the Future at M.I.T.* New York: Penguin.

Denning, D. (1990). Concerning Hackers Who Break into Computer Systems, *The 13th National Computer Security Conference* (pp. 653-664). Washington Laatst bezocht: 10 november 2008.

<http://cyber.eserver.org/hackers.txt>

Frémion, Y. (1994). *Report on Patronage and Sponsorship in Culture and Sport*. Strasbourg: European Parliament, Committee on Culture, Youth, Education and the Media.

Heskett, J. (2001). What's the Future of the Subscription Model? *Harvard Business School Working Knowledge*. Laatst bezocht 5 november 2008.

<http://hbswk.hbs.edu/item/2250.html>

Kirkels, B., Maas, M. & P. Roelse. (2007). A security architecture for pay-per-view business models in conditional access systems, *The 2007 ACM Workshop on Digital Rights Management* (pp.1-9). New York. Laatst bezocht 5 november 2008.

<http://doi.acm.org/10.1145/1314276.1314279>

O'Hagan, J. & D. Harvey. (2000). Why do companies sponsor arts events? Some evidence and a proposed classification. *Journal of Cultural Economics*, 24: pp. 205-224.

Ralph, E. (1992). Cross-subsidy: A novice's guide to the arcane. Telecommunications Costing in a Dynamic Environment, *Bellcore/Bell Canada Industry Forum*. California, San Diego. Laatst bezocht 5 november 2008.

www.ekonomicsllc.com/Ralph1992Cross-subsidy.pdf

Scott, D. (2003). In the Move from Free to Fee, Where Lies B2B?. *EContent-Digital Content Strategies and Resources*, 26 (8-9): 24-29.

Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Werk, K.. (2002). De invloed van technologische vooruitgang op de podiumkunsten. In *Nieuw Tijdschrift van de Vrije Universiteit Brussel* (jg. 15, nr. 1, pp. 92 – 103).

Wilson, F. (2006). My Favourite Business Model. *Musings of a VC in New York*. Laatst bezocht 17 November 2008.

http://www.avc.com/a_vc/2006/03/my_favorite_bus.html

3. Bijlagen

Bijlage 1: e-mail correspondentie naar instellingen (27/11/2008)

Onderstaande correspondentie werd naar een aantal geselecteerde cases verstuurd, indien een studie van de website onvoldoende informatie opleverde over de onderzochte distributiemodaliteiten. De volgende cases werden via e-mail gecontacteerd: Beeld en Geluid, NostalgieNet, Gronings Audiovisueel Archief, Institut National de l'Audiovisuel, Österreichische Mediathek en Museum On The Go. Drie instellingen (Beeld en Geluid, Österreichische Mediathek en Museum On The Go) hebben deze e-mail beantwoord (zie bijlagen 2, 3 en 4).

Dear Sir, Madam,

Within the framework of a project concerning archiving and distribution of multimedia in Flanders (Belgium), we would like to pose you a number of questions concerning your institution. In order to be able to process the outcome of this questionnaire, we would appreciate e-mail replies before Friday 12 December 2008.

For the first time in Flanders there will be a large-scale cross-sectional and multidisciplinary project which will analyse the problems of preservation and distribution of audiovisual and cultural multimedia and which will propose sustainable solutions. The Flemish Government has approved support for this research and development project BOM-VL (Bewaring en Ontsluiting van Multimediale data in Vlaanderen or 'Archiving and Distribution of Multimedia in Flanders') for 2008-2009. The project aims at disclosing valuable digital audiovisual and cultural heritage in Flanders. The combination of a multidisciplinary research team and a large representation of the cultural and audiovisual sector can guarantee the relevance and applicability of the project outcomes.

Part of the BOM-VL research consists of mapping the expectancies of various user groups (education, cultural sector, audiovisual industry, private people, etc.) concerning archiving, distribution and consumption of audiovisual content. A domain analysis (via desk research) is set up to (1) examine the available audiovisual content within the different sectors and, parallel, (2) develop models for preserving and disclosing (Flemish) audiovisual cultural heritage. This research will result in a report that maps the available audiovisual content and with that the related modalities (nature, quality, distribution potential, conditions, etc.).

At some stage in the domain analysis, we came upon your company and website. Because we consider **(company name)** as interesting and of high relevance to our project, we would like to learn more about certain modalities.

- Firstly; one of the project goals is to develop models for the disclosure of Flemish audiovisual content. In particular, we would like to gain insight on how your institution generates revenue directly from content commercialisation. Which

models are in place (free, pay-per-view, subscription,...)?

- Secondly; conceivably, distribution choices are stipulated by financial considerations and income flows, which do not originate directly from content exploitation. Does your institution have non-content generated income flows, such as governmental, corporate, private (or other) funding?
- Lastly; besides financial considerations, legal issues can hinder cultural content distribution. How does your institution deal with issues such as copyright? Have the rights of content on your Internet site been cleared?

Answers to these questions will lead to further insight in possible models for audiovisual content disclosure and distribution.

Exceedingly appreciative in advance,

Yours faithfully,

Lien Mostmans

Researcher

IBBT-SMIT (Studies on Media, Information & Telecommunication)

Vrije Universiteit Brussel (Free University of Brussels)

Offices: Pleinlaan 9, 2nd Floor (office 2.15), B-1050 Brussels, Belgium

Tel 02 629 16 43

Fax 02 629 17 00

Mail lien.mostmans@vub.ac.be

<http://smit.vub.ac.be>

Geachte Heer, Mevrouw,

In het kader van een project betreffende het archiveren en de distributie van multimediale data in Vlaanderen (België), hadden wij u graag een aantal vragen gesteld betreffende uw instelling. Om de resultaten van deze vragenlijst te kunnen verwerken, ontvangen wij de antwoorden via e-mail graag vóór vrijdag 12 December 2008.

Voor de eerste keer wordt in Vlaanderen een breed en multidisciplinair project opgestart, dat de problematiek van opslag en ontsluiting van multimediaal materiaal zal bestuderen, en praktische oplossingen zal voorstellen. Onder impuls van het kabinet Economie, Innovatie & Wetenschapsbeleid van minister Patricia Ceysens is begin dit jaar het onderzoeksproject BOM-VL opgestart (Bewaring en Ontsluiting van Multimediale gegevens). Aan culturele zijde participeert een brede waaier van betrokken organisaties. Uit de mediasector participeren de openbare omroep, de commerciële en regionale omroepen en de bedrijven Videohouse en Comsof. Het IBBT en het VRT Medialab zorgen

voor de wetenschappelijke omkadering. Het project beoogt het onthullen van waardevol digitaal audiovisueel en cultureel erfgoed in Vlaanderen

Een deel van het onderzoek bestaat uit het in kaart brengen van de verwachtingen van diverse gebruikersgroepen (onderwijs, culturele sector, de audiovisuele industrie, privé mensen, enz.) betreffende het archiveren, de distributie en de consumptie van audiovisuele content. Een omgevingsanalyse (via desk research) is opgezet om (1) de beschikbare audiovisuele inhoud binnen de verschillende sectoren in kaart te brengen en, parallel, (2) modellen voor het bewaren en het ontsluiten van (Vlaams) audiovisueel cultureel erfgoed te ontwikkelen. Dit onderzoek resulteert in een rapport dat de beschikbare audiovisuele inhoud en de verwante modaliteiten in kaart brengt (aard, kwaliteit, distributiepotentieel, voorwaarden, enz.).

In een bepaalde fase van de omgevingsanalyse kwamen wij terecht op uw website. Omdat (firmanaam) volgens ons zeer interessant en relevant is voor ons onderzoek, willen wij meer leren over bepaalde modaliteiten van uw instelling.

- Allereerst, één van de projectdoelstellingen bestaat erin modellen te ontwikkelen voor de ontsluiting van Vlaamse audiovisuele content. In het bijzonder, zouden wij meer inzicht op willen verkrijgen over inkomsten die rechtsreeks gegenereerd worden door de commercialisatie van content. Welke modellen worden hiervoor aangewend (gratis, pay-per-view, abonnement, enz.)?
- Ten tweede, distributiekeuzes worden denkkelijk ook bepaald door financiële overwegingen en inkomensstromen, die niet rechtstreeks uit contentexploitatie voortkomen. Heeft uw instelling niet-contentgebonden inkomensstromen, zoals overheidssubsidies, bedrijfssteun, private (of andere) financiering?
- Ten slotte, naast financiële overwegingen, bemoeilijken ook wettelijke kwesties dikwijls voor de distributie van culturele content. Hoe gaat uw instelling om met kwesties zoals auteursrechten? Zijn de rechten van de content op uw website geklaard?

Antwoorden op deze vragen zullen leiden tot verder inzicht in mogelijke modellen voor de ontsluiting en distributie van audiovisuele content.

Alvast uitermate bedankt bij voorbaat,

Hoogachtend,

Lien Mostmans

Researcher

IBBT-SMIT (Studies on Media, Information & Telecommunication)

Vrije Universiteit Brussel

Kantoren: Pleinlaan 9, 2de verdieping (kantoor 2.15), B-1050 Brussel, België

Tel 02 629 16 43

Fax 02 629 17 00

Mail lien.mostmans@vub.ac.be

<http://smit.vub.ac.be>

Bijlage 2: e-mailcorrespondentie met Dalida van Dessel (02/12/2008)

Beste mevrouw Mostmans,

Ik beantwoord de vragen zowel voor Academia als Pilot Onderwijs Media Platform. Hierbij hoort eigenlijk ook Teleblik www.teleblik.nl. Onze onderwijsdienst voor het basis, voortgezet en MBO onderwijs.

Beide diensten zijn (mede) opgezet door het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid. Ik zal deze vragen beantwoorden vanuit het oogpunt van Beeld en Geluid omdat het twee onderwijsprojecten van deze organisatie betreft.

Ik wil u er ook op attenderen dat de VRT (en RTBF) al betrokken zijn bij het online ontsluiten van een klein deel van hun collectie. Dit wordt gedaan via het Europese Project Video Active. www.videoactive.eu.

Academia en SURFmedia.nl het streaming media portaal zijn ook toegankelijk voor hoger onderwijsinstellingen in Vlaanderen. Hier zitten wel abonnementskosten aan verbonden. Aanvragen van een abonnement/licentie loopt via SURFnet.

- Ten eerste, distributiekeuzes worden dikwijls bepaald door financiële overwegingen en inkomensstromen, die niet rechtstreeks uit contentexploitatie voortkomen. Heeft uw instelling niet-contentgebonden inkomensstromen, zoals overheidssubsidies, bedrijfssteun, private (of andere) financiering?

Wij verwerven eigen inkomsten en krijgen overheidssubsidie zowel op nationaal als Europees niveau. Hiermee worden diverse projecten mee gefinancierd.

Een van deze projecten is Beelden voor de Toekomst www.beeldenvoordetoeekomst.nl. Hier komt de Pilot Onderwijs Media Platform (POMP) uit voort. Het is de bedoeling om een platform op te richten dat het AV materiaal van de partners van Beelden voor de Toekomst (BvdT) toegankelijk gaat maken voor het Nederlandse Onderwijs. Ook externe partijen kunnen materiaal aanbieden op deze portal. Dit wordt een betaalde dienst voor het onderwijs. Volgend schooljaar gaat het platform de lucht in. In januari is de eerste presentatie.

De conservering en digitalisering van materiaal wordt dan vergoed door BvdT de overige kosten worden opgebracht door de scholen zelf.

Voor meer informatie over de missie van Beeld en Geluid en het jaarverslag 2007 zie:

<http://instituut.beeldengeluid.nl/index.aspx?ChapterID=8500>

- Ten tweede, naast financiële overwegingen, bemoeilijken ook wettelijke kwesties dikwijls voor de distributie van culturele content. Hoe gaat Academia om met kwesties zoals auteursrechten? Zijn de rechten van de content op uw website geklaard?

Beeld en Geluid is het archief van de Nederlandse publieke omroep en bezit daarnaast nog vele andere AV collecties. Van maar een klein deel van de collecties bezit Beeld en Geluid (mede) de rechten.

Om online materiaal toegankelijk te maken hebben wij de volgende stappen gezet:

- Overkoepelende overeenkomst met alle publieke omroepen en rechtenorganisaties in Nederland. Onafhankelijke producenten die niet worden vertegenwoordigd door een rechten organisatie kunnen zich ook aansluiten bij deze overeenkomst. Wij betalen, als men akkoord gaat met beschikkingstelling via internet, de betrokken rechthebbenden (omroepen, producenten, musici, acteurs ect) een jaarlijkse billijke vergoeding voor het materiaal dat online voor het onderwijs wordt ontsloten.

- Het materiaal wordt als streaming media en IP/wachtwoord beschermd aangeboden. Alleen officiële Nederlandse onderwijsinstellingen mogen toegang krijgen tot het materiaal.

Ik heb het hier specifiek over onderwijs gebruik van materiaal. Voor commercieel gebruik gelden andere regels en tarieven.

Mocht u nog vragen hebben dan kunt u altijd contact met mij opnemen.

Als u behoefte heeft aan een tijdelijke inlog op Teleblik/pOMP/Academia dan kunt u ook contact met mij opnemen.

Met vriendelijke groet,

Dalida

Dalida van Dessel

Teamleider Onderwijs

Coördinator contentselectie Video Active

T 035 - 6775126

F 035 - 677 2120

E dvdessel@beeldengeluid.nl

Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid

Media Park, Sumatralaan 45, Hilversum

Postvak BG 06, Postbus 1060, 1200 BB Hilversum

www.beeldengeluid.nl

Bijlage 3: e-mailcorrespondentie met Hubert Rainer (28/11/2008)

Dear Lien Mostmans!

To answer your question I have first to differentiate three aspects of our digital system:

- digitising (of audio sources)
- digital longterm preservation (we have a mass storage system since ten years; now the second migration is running)
- online presentation (web-expositions, online catalogue)

financing: Mediathek is a division of the Vienna Museum of Technology, which was one of the big state museums of Austria; some years ago a new rights status was given to these museums - a kind of foundation, which means, that they can act on the market like other business enterprises, but still the main money comes from the government of Austria ("Basisfinanzierung" - "basic funding");

on this basis we are working;

in the case of digitising this means, that a part of the work is financed by the budget given to us by the government; another - increasing - part however is financed by scientific projects, which also make digitisation necessary; it should also be mentioned, that the Mediathek is doing digitising work for other cultural entities, so the Austrian National Library; by this we can also enlarge our budget

in the case of digital longterm preservation we have to finance this with the current budget, that is the "basic funding"; project money ends, but longterm preservation does not - and has therefore to be financed by secure sources;

online-presentation is financed in a mixed way - partly by basic funding, partly by project money; at the moment all web-content - and we have several thousand multimedia objects in the web - is non-commercial; we don't think, that there is "money in it" to present sound (which is our main issue) in the web (digitising for third parties seem to us a better way to get additional means)

copyright: yes, all objects put into the internet have to have a copyright clearance - which is time-consuming and therefore costly; if the term of mechanical rights for audio productions would be extended from 50 to 95 years - as discussed in EU - this would be catastrophic for us: up till now free works would no longer be free, which would mean additional right clearances, which we would not be able to do;

I hope this helps you - it is a complex matter - not easy to discuss by writing.

Yours sincerely

Rainer Hubert

Technisches Museum Wien

mit Österreichischer Mediathek

Hofrat Dr. Rainer HUBERT

Leitung Österreichische Mediathek

Webgasse 2a, A-1060 Wien/Austria/Europe

Tel. +43-1-5973669/35

Fax +43-1-5973669/40

<http://www.mediathek.ac.at>

e-mail: Rainer.Hubert@mediathek.ac.at

Bijlage 4: e-mailcorrespondentie met Alexander Koeb (27/11/2008)

Hi, answers below with >>>>>>>>>>>>>>>>

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: Lien Mostmans [mailto:lien.mostmans@vub.ac.be]

Gesendet: Donnerstag, 27. November 2008 15:12

An: office@skskom.net

Betreff: Correction of date: Archiving and Distribution of Multimedia in Flanders (BOM-VL project)

Dear Sir, Madam,

Within the framework of a project concerning archiving and distribution of multimedia in Flanders (Belgium), we would like to pose you a number of questions concerning Museum On The Go. In order to be able to process the outcome of this questionnaire, we would appreciate e-mail replies before Friday 12 December 2008.

For the first time in Flanders there will be a large-scale cross-sectional and multidisciplinary project which will analyse the problems of preservation and distribution of audiovisual and cultural multimedia and which will propose sustainable solutions. The Flemish Government has approved support for this research and development project BOM-VL (Bewaring en Ontsluiting van Multimediale data in Vlaanderen or 'Archiving and Distribution of Multimedia in Flanders') for 2008-2009. The project aims at disclosing valuable digital audiovisual and cultural heritage in Flanders. The combination of a multidisciplinary research team and a large representation of the cultural and audiovisual sector can guarantee the relevance and applicability of the project outcomes.

>Part of the BOM-VL research consists of mapping the expectancies of various

user groups (education, cultural sector, audiovisual industry, private people, etc.) concerning archiving, distribution and consumption of audiovisual content. A domain analysis (via desk research) is set up to (1) examine the available audiovisual content within the different sectors and, parallel, (2) develop models for preserving and disclosing (Flemish) audiovisual cultural heritage. This research will result in a report that maps the available audiovisual content and with that the related modalities (nature, quality, distribution potential, conditions, etc.).

At some stage in the domain analysis, we came upon your company and website. Because we consider Museum On The Go as interesting and of high relevance to our project, we would like to learn more about certain modalities.

Firstly; conceivably, distribution choices are stipulated by financial considerations and income flows, which do not originate directly from content exploitation. Does your institution have non-content generated income flows, such as governmental, corporate, private (or other) funding?

>>>>>>>>>>>>>>> private funding

Secondly; besides financial considerations, legal issues can hinder cultural content distribution. How does Museum On The Go deal with issues such as copyright? Have the rights of content on your Internet site been cleared?

Answers to these questions will lead to further insight in possible models for audiovisual content disclosure and distribution.

>>>>>>>>>>>>>>> We have distribution contracts directly with the museums or archives we represent which allows us to distribute digital museum objects in a totally legal form.

Best Regards,

Alexander Koeb

Exceedingly appreciative in advance,

Yours faithfully,

Lien Mostmans

Researcher

IBBT-SMIT (Studies on Media, Information & Telecommunication)

Vrije Universiteit Brussel

Offices: Pleinlaan 9, 2nd Floor (office 2.15)

B-1050 Brussels

Belgium

Tel 02 629 16 43

Fax 02 629 17 00

Mail lien.mostmans@vub.ac.be

<http://smit.vub.ac.be>