

PROFIEL: JEANINE DEKKER

Historisch besef in een digitaal tijdperk

MMNieuws biedt regelmatig een podium aan ondernemende zzp'ers die voor de culturele sector werken. Jeanine Dekker uit Middelburg werd dit najaar genomineerd voor de Leen van Gelder Startersprijs 2011 van de Kamer van Koophandel Zuidwest-Nederland. De jury riep haar uit tot een van de drie beste startende ondernemers van Zeeland en roemde in het bijzonder de omgevingsanalyse die ze in haar ondernemingsplan had gemaakt. Wat zijn haar drijfveren om te kiezen voor het ondernemerschap in de erfgoedsector? Op welke niche springt zij in? We laten haar aan het woord.

Als gepromoveerd historica was Jeanine de laatste jaren werkzaam in de universitaire wereld. Nu ontwikkelt zij met haar onderneming Inhistory nieuwe toepassingen van historische kennis voor de zakelijke markt. Een grote stap? Dat valt wel mee, vindt ze. Kennisvalorisatie rekende ze ook al tot haar belangrijkste taken als wetenschapper. Door kennis over het verleden onder een breed publiek te verspreiden hoopt ze bij te dragen aan de vergroting van het historisch besef in de samenleving.

Het samenspel met bedrijven, overheidsinstellingen en een niet-wetenschappelijk publiek levert bovendien weer nieuwe ideeën en inzichten op. Met Inhistory laat ze zich leiden door de vraag in het veld. Odrachten komen van erfgoedinstellingen en uit de toeristische sector en de content-industrie.

Informatiestromen

Erfgoedinstellingen hebben behoefte aan professionals die de waarde van historische informatie kunnen beoordelen en deze betekenis kunnen geven voor het maatschappelijk veld. De komende jaren zal het gebruik van gedigitaliseerd cultureel erfgoed explosief toenemen. Een extra stimulans daarbij is de beweging naar *open access*. Een Europese onderzoekscommissie pleitte er begin dit jaar voor om informatie over cultureel erfgoed zoveel mogelijk vrij en voor iedereen digitaal beschikbaar te maken. Informatiestromen veranderen. Het publiek raakt steeds meer betrokken bij de uitwisseling van informatie, ook van historische data. Dankzij Web 2.0 kan iedereen nu informatie toevoegen aan websites, waardoor veel meer en gevarieerdere informatie beschikbaar komt. Op historisch terrein gaat het hoofdzakelijk om genealogische en heemkundige gegevens en om verhalen van particulieren. Het ene, canonieke verhaal verliest aan geldingskracht en maakt plaats voor meerdere verhalen die naast elkaar bestaan en elkaar aanvullen (*counter narratives*). Web 3.0 verbindt teksten, foto's, video en audio. De dwarsverbanden maken het informatieaanbod niet alleen attractiever maar ook inhoudelijk rijker.

De wassende stroom digitale data die de erfgoedinstellingen produceren, de *user generated content* die het publiek daaraan toevoegt, de dwarsverbanden van Web 3.0 en de ontwikkeling naar *open access* vormen een belangrijke impuls voor creatief hergebruik van historische data en andere innovatieve ontwikkelingen op het gebied van geschiedenis en erfgoed. Erfgoedinstellingen streven ernaar de informatie uit hun online databanken met elkaar in verband te brengen en te delen met een groot publiek. Ook grijpen instellingen de digitalisering van fysiek materiaal aan voor updates van de daarin geboden informatie. In alle gevallen werken zij samen met specialisten die de gegevens kunnen beoordelen en volgens de nieuwste wetenschappelijke inzichten kunnen bijwerken. Voor een ondernemer liggen hier kansen. Door het datamanagement van de instellingen te koppelen aan de specialistische expertise van de creatieve ondernemer kan informatie adequaat en accuraat toepasbaar worden gemaakt voor een groot publiek.

Cultuurhistorie

De toeristische sector en de content-industrie exploreren de mogelijkheden om met erfgoed en geschiedenis de immateriële waarde van hun producten te verrijken. Toeristische organisaties en ondernemers beseffen dat zij zich kunnen profileren met cultuurhistorie. Erfgoed draagt bij aan het karakter en de aantrekkelijkheid van een dorp, stad of streek. Dat brengt een vraag teweeg naar historische content voor toeristische brochures, boeken, websites en applicaties voor nieuwe media. Naast de technologische innovaties die op dit gebied volop gaande zijn, is er ook behoefte aan inhoudelijke vernieuwing. Cultuurtoeristen en andere 'informatieconsumenten', zoals luisteraars en kijkers van radio- en televisiedocumentaires, zijn op zoek naar een 'authentieke beleving' van geschiedenis, naar een historische ervaring die hen raakt. Ze willen niet de platgetreden paden bewandelen, maar worden verrast en geprikkeld.

Historisch geschoolde professionals zijn in staat het verleden op een nieuwe manier over het voetlicht te brengen. Van samenwerking tussen toerisme en ondernemers in cultuurhistorie valt in dat opzicht veel te verwachten. De laatste kunnen historische data betekenisvol maken door gegevens met elkaar in verband te brengen en in een context te plaatsen. Een creatieve en originele kijk is nodig om de informatie relevant en toepasbaar te maken voor verschillende doelgroepen. Onder de eensluidendheid van canons en de traditionele iconen van nationale identiteit gaat een rijke verscheidenheid aan historische realiteiten schuil. Door deze op een inspirerende manier toegankelijk te maken voor een breed publiek krijgt geschiedenis nieuwe betekenis in de wereld van vandaag. □



Jeanine Dekker is zelfstandig ondernemer. Met Inhistory ontwikkelt ze nieuwe toepassingen om historische kennis te delen met een breed publiek. Daarnaast is ze werkzaam als adviseur volkscultuur bij Stichting Cultureel Erfgoed Zeeland. Ze is te bereiken via jd@inhistory.nl.