

## Over het potentieel van virtuele erfgoedparticipatie

[ Jeroen Walterus ] Recent verscheen een nieuw onderzoeksrapport over 'virtuele erfgoedparticipatie' in Nederland: *Klik naar het verleden* (SCP, 2006)<sup>1</sup>. Het rapport geeft een interessante inkijk in het gebruik en de gebruikers (het 'publiek') van diverse digitale erfgoedbronnen op het web. De onderzoeksresultaten 'indiceren' in welke mate participatiecijfers rond e-erfgoed<sup>2</sup> kansen geven voor het in de praktijk brengen van de ideeën die in het e-cultuurdiscours worden ontwikkeld rond het aanmaken, delen, uitwisselen en verrijken van digitale inhoud. Dat is zonder twijfel verdienstelijk en nodig, maar compenseert onderzoek en discours momenteel niet vooral een gebrek aan 'durfkapitaal' om te experimenteren met vormen van massamedia en populaire topics en hun relatie tot cultureel erfgoed?

### E-CULTUUR: HET NIEUWE DISCOURS, MET DANK AAN WEB 2.0

Eind 2006 verscheen de langverwachte publicatie over e-cultuur in Vlaanderen: *E-cultuur. Bouwstenen voor praktijk en beleid*.<sup>3</sup> In deze publicatie wordt een brede kijk gegeven op de samenwerking tussen cultuur en ICT, en dit voor diverse culturele sectoren, waaronder ook erfgoed. Naast cultuur komen ook onderwijs en media aan bod, en hun verhouding tot dit e-cultuurverhaal. De ontwikkeling van e-cultuur moet worden gelinkt aan de opkomst van Web 2.0-technologieën en de daarmee samenhangende netwerkruimte. De evolutie is primair *technology driven*: het netwerk (internet) wordt steeds krachtiger door een toename van capaciteit en snelheid dankzij steeds meer performante (breedband)-technologieën. Hierop worden diverse (sociale) softwareapplicaties geënt, die het mogelijk maken een 'netwerkruimte' te creëren. Dit wil zeggen een virtuele omgeving waarin gebruikers informatie creëren, verbinden, delen en uitwisselen via diverse (media)kanalen. Al deze toepassingen zijn zeer eenvoudig en dus gebruiksvriendelijk. Het gros daarvan situeert zich in de recreatieve sfeer. Het zijn vooral (jongeren)communities, *gaming sites* en web-



logs die deze nieuwe netwerkcultuur vorm geven en kleuren: denk aan de huidige iconen van Web 2.0 zoals Wikipedia ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)), YouTube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)), Friendster ([www.friendster.com](http://www.friendster.com)), Second Life (<http://secondlife.com>), enzovoort.

Web 2.0 is meer dan een marketingterm of een hype. Het 'nieuwe internet' staat voor een reële informatie- en communicatie(re)evolutie. Het verbinden en ontsluiten van informatie wordt door de opkomst van opensourcesoftware, open standaarden en open licenties (bv. Creative Commons) gestimuleerd en gelegitimeerd. Web 2.0 'overschrijdt' ook de grenzen van het internet: content wordt gedistribueerd via cross-mediale distributieplatformen zoals digitale tv, gsm of andere



Second Life (<http://secondlife.com>) is een online virtuele 3D-wereld waar je letterlijk en figuurlijk een tweede leven kunt uitbouwen.

mobiele media, wat wegen opent naar nieuwe doelgroepen en consumentenmarkten: het draagvlak voor het web vergroot met andere woorden. Dit heeft tot gevolg dat distributie-, consumptie- en productieprocessen geleidelijk wijzigen onder de invloed van de Web 2.0-technologieën. Dit opent nieuwe perspectieven voor de ontwikkeling van e-commerce, e-learning, e-media, e-government, en ook e-cultuur.

E-cultuur is een 'containerbegrip' en verwijst naar alle culturele expressies in het digitale domein en naar de interactie tussen cultuur en (informatie- en communicatie)technologie. Het discours van e-cultuur wordt mee onderbouwd door de overtuiging dat culturele actoren technologie kunnen inzetten en transformeren voor hun eigen ideeën en doelstellingen, en dat vice versa technologie ook ideeën uit de culturele wereld kan integreren. Een wisselwerking tussen technologie en cultuur wordt dan mogelijk en creëert een omgeving voor experiment en vernieuwing.

Toch moeten een aantal randvoorwaarden vervuld worden om e-cultuur te laten 'groeien' en overleven, en zijn er diverse bedreigingen van technologische, commerciële, industriële of juridische aard. We verwijzen voor de problematisering en mogelijke oplossingen verder naar de publicatie. Momenteel zitten we in een fase van verkenning en reflectie, aangevuld met pilotprojecten en testcases: de publicatie *E-cultuur* gaat daar dieper op in.

### E-ERFGOED

E-erfgoed of digitaal erfgoed is een verzamelnaam voor diverse types van digitale erfgoedinhouden. Daarbij onderscheiden we gedigitaliseerde bronnen (bv. ingescande documenten, gedigitaliseerde foto's, geluidsbanden, films, enz.) van de zogenaamde 'born-digitalbronnen', die enkel in digitale vorm bestaan (bv. e-mail, websites, enz.). Meta-informatie (o.a. de ontsluitingsinformatie) ten slotte zorgt voor de broodnodige contextualisering en beschrijving van de digitale erfgoedbronnen. Maar e-erfgoed is meer dan enkel digitale erfgoedcontent. Essentieel zijn

– volledig in de geest van 'e-cultuur' – de processen van interactie met gebruikers of van (virtuele) 'beleving' van de gebruikers/bezoekers. De interactie met gebruikers kan worden aangegaan door bijvoorbeeld inhouden vrij te geven voor de gebruikers of door hen zelf inhouden te laten toevoegen en er online in discussie

over te treden met andere gebruikers. Nieuwe vormen van ontsluiting zoals 'folksonomy'<sup>4</sup> en andere vormen van 'taggen' bieden daartoe mogelijkheden. Commentaarvelden, discussiefora, upload- en downloadfaciliteiten worden stilaan onmisbare instrumenten van de hedendaagse erfgoedwebsites, die steeds dynamischer worden beheerd. Hierdoor kunnen erfgoedinstellingen vormen van klantenbinding realiseren door hun bezoekers sterker te betrekken bij hun activiteiten en bij de informatie en collecties die de instelling beheert. Dat klinkt allemaal zeer goed, maar is er wel voldoende vraag naar deze innovatieve toepassingen, die investeringen in arbeidstijd en geld legitimeren? Om de behoeften in te schatten is er daarom onderzoek nodig naar de profielen van (potentiële) virtuele cultuur- en erfgoedparticipanten.



### ONDERZOEK VIRTUELE ERFGOEDPARTICIPATIE: KLIK NAAR HET VERLEDEN

In Nederland is er recent onderzoek uitgevoerd naar het profiel van de virtuele erfgoedparticipanten. Het onderzoek wordt gerapporteerd in de studie *Klik naar het verleden* (SCP, 2006). Ook in Vlaanderen is er onderzoek gedaan (Re-Creatief Vlaanderen<sup>5</sup>) naar virtuele cultuurparticipatie, maar de cijfers zijn niet vergelijkbaar. Het SCP-onderzoek gebeurde op basis van de 'AVO-cijfers' uit 2003, en dus niet op basis van een specifiek daartoe uitgevoerd surveyonderzoek. Virtuele participatie wordt er gemeten door consultatiecijfers van erfgoedwebsites en internetzoekgedrag bij een representatieve steekproef van gebruikers te koppelen aan enerzijds de sociodemografische profielen van deze gebruikers en anderzijds hun (niet-virtuele) erfgoedparticipatie. We belichten kort de belangrijkste resultaten.



## Participatiecijfers

De virtuele participatie gemeten voor verschillende sociodemografische parameters levert interessante, maar weinig verrassende inzichten op (zie tabel 1): mannen, hoger opgeleiden, professioneel actieve en jongere generaties scoren systematisch hoger in internetgebruik, en vooral ouderen (gepensioneerden) en lager geschoolden hebben nog een achterstand: de digitale kloof bestaat (nog). Dit is ook voor Vlaanderen het geval: de ICT-indicatoren verzameld door APS<sup>6</sup>, of de onderzoeken rond virtuele participatie door Re-Creatief Vlaanderen bevestigen globaal dit beeld. Dat deze trend zich ook specifiek doorzet voor erfgoedgerelateerde activiteiten op internet is dus geen verrassing, evenmin dat museumwebsites populairder zijn dan pakweg de doorsnee archiefwebsite (kolom A versus B). Zoeken (kolom C) en vooral interactief bezig zijn op het web (kolom D) staat duidelijk nog in de kinderschoenen: er wordt nog meer informatie in papieren media (boeken, tijdschriften) opgezocht dan op het internet. Maar we mogen hierbij niet uit het oog verliezen dat het hier gaat over cijfers uit 2003. Verder stellen de onderzoekers vast dat de virtuele 'bezoekcijfers' aan erfgoedwebsites veel lager liggen dan die voor het reële (fysieke) bezoek aan een erfgoedinstelling. Interessant hierbij is dat de profielen van bezoekers van erfgoedinstellingen en van gebruikers van digitaal erfgoed niet overeenstemmen, maar wel overlappen: de virtuele erfgoedgebruikers vormen een 'subgroep' van de fysieke bezoekers, nl. vooral het jongere en hoger opgeleide segment onder hen. Niet-bezoekers van erfgoedinstellingen vinden we veel minder terug bij virtuele erfgoedparticipanten; er is dus een grote correlatie tussen de grootorde van het bezoek aan erfgoedinstellingen en de frequentie van het gebruik van de websites van erfgoedinstellingen. Effecten van substitutie van een fysiek bezoek door een virtueel bezoek zien de onderzoekers enkel bij archiefgebruikers. Deze evolutie zal versterken naargelang er meer archiefmateriaal online komt voor diverse doelgroepen (zoals bv. genealogen), zodat de noodzaak vermindert om de instelling te bezoeken. Er is hier wellicht een groot potentieel voor archieven. Hierover werd overigens interessant onderzoek geleverd in Nederland: *Snuffelen en graven: over doelgroepen van digitaal toegankelijke archieven* (SCP, 2006)<sup>7</sup>, van dezelfde auteurs als onderhavige studie. Men schat het potentieel voor het gebruik van archiefwebsites op ca. 28 % (van de bevolking), met als belangrijkste interessepatronen de eigen woonomgeving en voorouderonderzoek.<sup>8</sup>

## Profielen van virtuele erfgoedparticipanten

Op basis van diverse erfgoedparticipatiecijfers in het onderzoek Klik naar het verleden, konden vijf dominante interesseprofielen van 'erfgoedgebruikers' worden geclusterd<sup>9</sup>:

- **allrounders** (te vergelijken met culturele omnivoren): de zeer actieve erfgoedliefhebbers met een ruime interessesfeer en frequente bezoekcijfers. Het zijn vooral mannen, iets meer jongeren en 35-tot-49-jarigen; hoog opgeleiden, studenten en werkenden en hogere inkomens zijn oververtegenwoordigd;

- **kunstminnaars**: zijn specifiek in kunst en kunstmusea geïnteresseerd en ook wel in monumenten, maar niet in de andere erfgoedinstellingen. Er zijn iets meer vrouwen en jongeren (en 35-tot-49-jarigen) in deze groep, waarin ook hoog opgeleiden, studenten en werkenden en hogere inkomens oververtegenwoordigd zijn;
- **verenigingsleden**: zoals het woord zelf zegt gaat het hier om mensen die vooral actief zijn bij erfgoedverenigingen en 'vrienden van' een erfgoedinstelling. Zijn sterk geïnteresseerd in monumenten en 'bezienswaardigheden'. Er is een sterke overlap met de groep van verzamelaars. Ouderen (50+), gepensioneerden en hoog opgeleiden zijn oververtegenwoordigd in deze groep. (Dit profiel is zeer gelijklopend met onderzoek uitgevoerd door VCV in 2002.<sup>10</sup>);
- **verzamelaars**: mensen die vooral geïnteresseerd zijn in historische voorwerpen en ze ook verzamelen. Ze bezoeken bovengemiddeld musea en monumenten. Er zijn iets meer mannen en minder jongeren in deze groep met een gemiddeld opleidingsniveau en iets meer benedenmodale inkomens. Gepensioneerden zijn oververtegenwoordigd;
- **snuffelaars**: mensen die eerder vertrouwd zijn met internet en een bescheiden interesse voor erfgoed cultiveren maar wel bovengemiddeld musea en monumenten bezoeken. Er zijn meer mannen en jongeren in deze groep met een hoger opleidingsniveau en inkomen. Scholieren en studenten zijn oververtegenwoordigd. Deze groep vormt een groot potentieel voor digitaal erfgoed.

PROFIEL	A	B	C	D
<b>TOTAAL</b>	15%	9%	12%	4%
<b>Mannen/vrouwen</b>	16%/14%	12%/10%	15%/10%	5%/4%
<b>6-11 jaar</b>	9%	5%	9%	2%
<b>12-19 jaar</b>	22%	15%	25%	8%
<b>20-34 jaar</b>	15%	9%	13%	5%
<b>35-49 jaar</b>	19%	11%	14%	5%
<b>50-64 jaar</b>	14%	9%	11%	4%
<b>+65 jaar</b>	4%	3%	4%	2%
<b>Lager onderwijs</b>	6%	5%	7%	3%
<b>Middelbaar</b>	5%	4%	6%	2%
<b>Hoger onderwijs</b>	28%	18%	24%	10%
<b>Univ. onderwijs</b>	29%	16%	18%	7%

**Tabel 1: percentage van deelname aan erfgoedgerelateerde activiteiten op internet voor verschillende socio-demografische parameters.**

A: museumwebsites bezocht

B: monument-, archief-, archeologiewebsites bezocht

C: op internet gezocht naar info over het verleden

D: via internet contact gehad met anderen over iets dat met het verleden te maken heeft (vooral e-mail, chat of nieuwsgroepen)

Bron: SCP (AVO 2003) (Klik naar het verleden, p. 23)

Vervolgens bracht men de consultatie van erfgoed sites of -bronnen in kaart op basis van geconstrueerde profielen van (actieve) erfgoedparticipanten (zie tabel 2). Het zijn immers vooral actieve 'erfgoedliefhebbers', die globaal gezien digitaal erfgoed consulteren (zie hierboven). De profielen tonen evenwel aan dat niet alle erfgoedliefhebbers actieve gebruikers van digitaal erfgoed (zullen) zijn. Er bestaan grote verschillen tussen bijvoorbeeld de actieve internetgebruikende 'allrounders' en 'snuffelaars' enerzijds en de internetnegerende 'verenigingsleden' en 'verzamelaars' anderzijds. De kunstminnaars zijn dan weer selectief geïnteresseerd in museumwebsites. Dit heeft natuurlijk veel te maken met de socioprofessionele en demografische samenstelling van deze profielen (leeftijd, geslacht, opleiding, enz.), maar toch is het belangrijk om deze thematische interesseprofielen te definiëren. Ze staan erfgoedinstellingen namelijk toe om het potentieel en de doelgroepen voor hun eigen digitale producten en applicaties beter in te schatten. Anders gesteld, het is dienstbaar voor marketingdoeleinden en kan een leidraad vormen voor strategische langetermijnkeuzes en dito investeringen. Daarentegen zijn de bevindingen vrij mager om deze langetermijnopties te funderen... Het huidige onderzoek zegt nog te weinig over het potentieel (bij niet-gebruikers) voor virtuele erfgoedparticipatie. Er is dus meer diepgravend en frequenter (monitor)onderzoek nodig, zeker ook in Vlaanderen, waar nog geen specifiek op virtuele erfgoedparticipatie gericht onderzoek is uitgevoerd. Hierbij kan verder gewerkt worden op basis van de eerste resultaten van het (virtuele) cultuurparticipatieonderzoek in Vlaanderen.<sup>11</sup>

**IS THERE A DIVA IN YOU?**

Onderzoek zoals het hierboven vermelde *Klik naar het verleden*, verschaft meer inzicht in gebruikers(profielen) zodat instellingen



V&A Museum: *Kylie: The Exhibition*, 14 maart 2007  
 ([www.vam.ac.uk/collections/fashion/kylie/index.html](http://www.vam.ac.uk/collections/fashion/kylie/index.html))

beter de succesfactoren kunnen inschatten van nieuwe web-producten. Maar er blijft een element van onzekerheid: "Je kan het succes moeilijk voorspellen", zo stelde Gail Durbin (V&A Museum) tijdens een masterclass die recent werd georganiseerd door Digitaal Platform.<sup>12</sup> Je kan een technisch perfecte Web 2.0-site ontwikkelen, die helemaal op interactie is gericht, en er toch niet in slagen actieve bezoekers aan te trekken. Bovendien zijn er steeds meer projecten die hetzelfde publiek beogen. (Media)marketing speelt daarom een steeds belangrijker rol in het al dan niet succesvol zijn van virtuele erfgoed(participatie)projecten, tenminste als ze op een breed publiek mikken. Het creëren van een heuse mediahype (bv. Monumentenstrijd<sup>13</sup>) en het promotioneel effect van grotere crossculturele publieksevenementen (bv. de Week van de Smaak<sup>14</sup>) kan dan niet worden onderschat. Een integrale communicatiestrategie waarbij virtueel aanbod, publieksactiviteiten en andere offlineproducten en -campagnes elkaar onderling versterken, zal de slaagkans ook verhogen. Maar het is vooral de keuze van goede thematische insteken, waarbij vormen van populaire cultuur of een meer 'populaire verpakking' niet worden geschuwd, die een nieuw e-publiek kan creëren of aantrekken. Zo pakt het aloude en respectabele V&A Museum in Londen uit met een tentoonstelling van 200 jurken van popicoon Kylie Minogue.<sup>15</sup> Aan de tentoonstelling wordt heel handig een uitgebreid websiteluik gekoppeld, waar bezoekers hun herinneringen over Kylie kunnen delen (*Share Your Memories of Kylie*), aan een wedstrijd kunnen deelnemen (*Is There a Diva in You?*), links en literatuur kunnen doornemen, de kostuums in detail kunnen bekijken (*Get Closer to Kylie*), events kunnen opzoeken, enz. Het is de combinatie van een aantrekkelijk en populair thema met interactieve tools die een *rich content environment* creëert, wat publiek aanlokt en op de site houdt. Succes gegarandeerd, missie geslaagd? Misschien wel, maar het is duidelijk dat het claimen en inplanten van iconen uit de populaire cultuur in een (e-)erfgoedcontext een vruchtbare en lonende

PROFIEL	O	A	B	C	D
Allrounders	4,1%	89%	96%	87%	33%
Kunstminnaars	7,7%	100%	20%	2%	4%
Verenigingsleden	5,6%	11%	8%	10%	7%
Verzamelaars	8,2%	1%	5%	1%	2%
Snuffelaars	9%	27%	30%	87%	21%

**Tabel 2: percentage per clusterprofiel van deelname aan erfgoedgerelateerde activiteiten op internet.**

- O: percentage aandeel in de bevolking (Nederland)
- A: museumwebsites bezocht
- B: monument-, archief-, archeologiewebsites bezocht
- C: op internet gezocht naar info over het verleden
- D: via internet contact gehad met anderen over iets dat met het verleden te maken heeft

Bron: SCP (AVO 2003) (*Klik naar het verleden*, p. 32)





Competition: *Is There A Diva in You?* 14 maart 2007  
[www.vam.ac.uk/collections/fashion/kylie/diva/index.php](http://www.vam.ac.uk/collections/fashion/kylie/diva/index.php)

vorm van culturele cross-over kan zijn... Als de erfgoedsector in Vlaanderen in 2008 uitpakt met het (publieks)project 'Expo 58'<sup>16</sup> kan men dan, surfend op de fiftieshype, dezelfde dubbelslag realiseren?

Daarbij zal niet alleen de geplande multimediale website als e-erfgoedproject centraal staan, maar ook het boek, de tentoonstelling, een radio- en/of tv-programma en de activiteiten van allerlei partners in en buiten het erfgoedveld ingezet worden om samen een kwalitatief publieksprogramma te realiseren rond dit 'populair' stukje collectief geheugen. De e-erfgoedcomponent vormt dan een onderdeel van een globaal erfgoedcommunicatieproces.

### 'SELLING THE DIVA?'

De grote uitdaging voor virtuele erfgoedprojecten is wellicht het bereiken van een publiek buiten de traditionele visvijver van de cultureelerfgoedsector. Daarbij moet rekening worden gehouden met het profiel van de doorsnee internetgebruiker of virtuele cultuurparticipant en zijn/haar wensen en interesses, en moet men allianties durven aangaan met partners die traditioneel niet tot onze 'biotoop' behoren. Kortom, we moeten onszelf durven verkopen: 'Selling the Diva' als het ware. De erfgoedsector moet uiteraard geen uitverkoop organiseren om binnen te treden in het digitale tijdperk. Ze kan zich wel profileren als een interessante contentleverancier, en zich verder ontwikkelen tot een leverancier van ideeën en formats waarin bijvoorbeeld media- en technologiebedrijven (mee) willen investeren. Deze evolutie is momenteel al volop bezig (zie de voorbeelden in de publicatie *E-cultuur*). In een volgende fase zal het (re)valoriseren en hergebruiken van erfgoedcontent in andere contexten (educatie, toerisme,...) en via andere (mobiele) media<sup>17</sup> naar interessante nevenpistes leiden, terwijl ook interactieve digitale tv perspectieven biedt...

Maar laten we, los van het mediageweld en de (Web 2.0)-technologie, natuurlijk ook nadenken over het (e-)erfgoedverhaal dat we willen brengen en een beter zicht verwerven op het potentieel van virtuele erfgoedpraktijken via onderzoek en testcases. Daarvoor hebben we nood aan intellectueel en financieel 'durfkapitaal'. Het zich ontwikkelende e-cultuurbeleid<sup>18</sup> biedt daartoe wellicht kansen en mogelijkheden. ■

- 1 H. WUBS en F. HUYSMANS, *Klik naar het verleden. Een onderzoek naar gebruikers van digitaal erfgoed: hun profielen en zoekstrategieën*. Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau, 2006, 108p. (zie: [www.scp.nl](http://www.scp.nl)).
- 2 Zie een eerder in *Mores* verschenen artikel over e-erfgoed: J. WALTERUS, 'Van immaterieel naar virtueel: immaterieel en oraal erfgoed in de e-erfgoed dimensie', *Mores, Tijdschrift voor volkscultuur in Vlaanderen*, 6 (2005) 2, p.21-27.
- 3 D. DE WIT en D. ESMANS (red.), *E-cultuur, Bouwstenen voor praktijk en beleid*. Leuven, Acco, 2006, 247p.  
J. WALTERUS, 'E-cultuur en cultureel erfgoed', in: *E-cultuur, Bouwstenen voor praktijk en beleid*, p.121-150.
- 4 'Folksonomy': de samentrekking van 'folk' en 'taxonomy' duidt op het betrekken van gebruikers in een min of meer gecontroleerd proces van ontsluiting en beheer van (collectie)informatie met behulp van trefwoorden of thesauri. 'Taggen' is een minder gecontroleerde of meer algemene uitdrukking voor het toevoegen van informatie aan bestaande gegevensbestanden (of objecten, foto's, enz.).
- 5 G. NULENS, M. DAELMS, J. BAUWENS, 'Virtuele Cultuurparticipatie in Vlaanderen', in: J. Lievens en H. Waeghe (red.), *Cultuurkijker: cultuurparticipatie in breedbeeld*. Antwerpen, De Boeck, 2005, p.115-138 ([www.re-creatievlaanderen.be](http://www.re-creatievlaanderen.be)).
- 6 Zie: [http://aps.vlaanderen.be/statistiek/cijfers/stat\\_cijfers\\_media.htm#ict](http://aps.vlaanderen.be/statistiek/cijfers/stat_cijfers_media.htm#ict).
- 7 H. WUBS en F. HUYSMANS, *Snuffelen en graven: over doelgroepen van digitaal toegankelijke archieven*. Den Haag, SCP, 2006, 93p. (zie: [www.scp.nl](http://www.scp.nl)).
- 8 H. WUBS en F. HUYSMANS, *Snuffelen en graven*, p.35 e.v.
- 9 H. WUBS en F. HUYSMANS, *Klik naar het verleden*, p.19 e.v.
- 10 J. WALTERUS, *Erfgoedverenigingen en volkscultuur ontcijferd*. Brussel, VCV, 2003.
- 11 Zie o.a. [www.re-creatievlaanderen.be](http://www.re-creatievlaanderen.be) en ook de onderzoekslijn van SMIT (VUB), Cultuurlab: [www.cultuurlab.be](http://www.cultuurlab.be).
- 12 Zie: *Minutes of the masterclass with G. Durbin* (V&A Museum, London), 19 Oktober 2006, IAK/IBK, [www.digitaalplatform.be](http://www.digitaalplatform.be).
- 13 Zie: [www.monumentenstrijd.be](http://www.monumentenstrijd.be) (VRT, 2006).
- 14 Zie: [www.weekvandesmaak.be](http://www.weekvandesmaak.be) (VCV, Week van de Smaak).
- 15 Kylie: The Exhibition, Victoria and Albert Museum: [www.vam.ac.uk](http://www.vam.ac.uk).
- 16 Zie: [www.expo1958-2008.be](http://www.expo1958-2008.be).
- 17 Dit zal o.a. onderzocht worden in het project 'Erfgoed 2.0', dat binnenkort start als een samenwerking van diverse erfgoedpartners (waaronder het VCV), overheden en het IBBT (zie: [www.ibbt.be](http://www.ibbt.be)).
- 18 Zie: [www.cjsm.vlaanderen.be/e-cultuur](http://www.cjsm.vlaanderen.be/e-cultuur).