



## **Een integrale visie op digitalisering in het Huis van Alijn**

*Sylvie Dhaene*



## **Het Huis van Alijn**

**Een collectiebeherende instelling met focus op erfgoed van alledag**

Een integrale visie op digitalisering

**van beleidsplan (missie & visie) tot HVA 2.0**

**De plaats van digitalisering in dit verhaal**

Begrippenkader: digitalisering vatten we hier op in de brede zin, nl. als het hele proces van het beschikbaar stellen van cultureel erfgoed (digitalisering & registratie/beschrijving)

**HUIS VAN ALIJN ALS UITWISSELINGSPLATFORM**  
*Werkplaats en Ontmoetingsruimte*

COLLECTIEMANAGEMENT

> Kwalitatief beheer van de collectie

- collectievererving
- behoud
- digitalisering / registratie
- website

**COLLECTIEPLAN**

KENNISMANAGEMENT

> Kwaliteit van beheer van kennis & wijze van informatieverwerking

- documentatie & onderzoeksbeheer
- publicatiebeheer (reëel en virtueel)
- website
- ....

**KENNISPLAN**

PUBLIEKSWERKING

> Kwaliteit van de omgang met het publiek

- communicatie & relatiemanagement
- activiteiten / expo's / educatieve werking
- website
- ....

**PUBLIEKSPLAN**

ORGANISATIEMANAGEMENT

> Kwaliteit van de bedrijfsvoering

- organisatiebeleid
- personeelsbeleid
- financieel beleid
- website

**ORGANISATIEPLAN**



## Digitaliseringprocessen in het Huis van Alijn

### Een verhaal van keuzes!

- door de **aard van de collectie**: zeer divers, omvangrijk en grote aangroei (erfgoed van alledag)
  - Anno 2011: 25.000 ‘objecten’/120.000 items beeldcollecties /300u audiovisuele collecties
  - Schenkingen (publiek bouwt mee aan de collectie) en uitbreiding in de tijdsperiode (20<sup>ste</sup> eeuw)
  
- door de **wijzigende accenten** in de collectievorming: andere finaliteiten doorheen de tijd
  - Bv. collectie doods- en bidprentjes vs digitaal fotoalbum en filmcollectie
  
- door de **verschillende snelheden** tussen digitalisering (scannen/fotograferen) en registreren
  - Eind 2010: 50.000 records in Adlib – aangroei met gemiddeld 5.000 per jaar (vgl. 2007: 32.000 vs 2003: 5.000)
  - Mensen, middelen & tijd (beperkt)

**100% digitalisering = onmogelijk en onzinnig!**

## Digitaliseringprocessen in het Huis van Alijn

**Strategisch nadenken over de plaats en de functie van digitalisering.**

**Duidelijke doelen stellen!**

- **Criteria voorop stellen** en **keuzes motiveren**: Welke (deel)collecties zijn prioritair, representatief voor ons verhaal? Unicitéit? Kwetsbaarheid? Tentoonstellingsprogramma? Publicaties?
- **Opstellen digitaliseringsplan**: % vastleggen van digitalisering en registratie op **deelcollectieniveau**. Geen hypotheek leggen op de toekomst. Wat wij vandaag minder interessant vinden, kan het wel zijn binnen 20 jaar.
- **Digitalisering = basis** voor collectiebeheer, onderzoek, kennis en publiekswerking : Adlib als werktuool voor iedereen.
- voorbeeld: **www.huisvanalijn.be** (bezoek, ontdek en doe mee)

**Digitalisering = structureel en planmatig**  
**= investeren in de toekomst**



## BEZOEK



## HENDRIK



Hallo, ik ben Hendrik, het huisspookje van het museum.

Ik ben de gids voor de jongste museumbezoekers. Benieuwd wat jullie hier allemaal kunnen beleven? Vlieg dan snel met me mee!

APPARATOLOGIE MET DE KLAS

BEZOEK MET KINDEREN

BEZOEK MET DE KLAS

## HET MUSEUM

Een museum over de cultuur van alledag, over de kleine en grote geschiedenissen van het leven.

Het Huis van Alijn is een levendig museum dat bekend

## ONTDEK

SUPER COCOTTE

MILLECROQUETTES

NOVAMIX EN NOVACHEF



## MIJN MUSEUM

U kan op onze website uw favoriete collectie samenstellen en bewaren. U selecteert de objecten die u interesseren en voegt die toe aan uw persoonlijke pagina 'mijn museum'. Ook shopitems die u aanspreken kan u hier bijhouden, eventueel in functie van een latere aankoop. Door het éénmalig aanmaken van een persoonlijke account, start u uw eigen museum. Veel plezier!

MEER OVER MIJN MUSEUM

## DE COLLECTIE

Het Huis van Alijn heeft een uitgebreide en rijke verzameling.

Aan de basis ligt de oprichting van het Museum voor Folklore in 1932. Het verzamelbeleid kende in de afgelopen decennia verschillende accenten. De collectie wordt nog dagelijks uitgebreid en omvat duizenden objecten, documenten, foto's en (amateur)films die het dagelijks leven in de 20ste eeuw documenteren. Achter en voor de schermen werken we aan het behoud, de studie

## DOE MEE

## ALIJN BLOGGT

DE BEVROREN ZEE

DI, 11/01/2011 - 09:59

PROFICIAT JEAN GEBRUEERS!

MA, 10/01/2011 - 10:26

PLASTIC DEVOTIE

VR, 07/01/2011 - 12:53

LEES BLOG

## VOLG ONS



Het Huis van Alijn on Facebook

You like this. Unlike

Het Huis van Alijn



De Standaard Online - De corrigerende kracht van de massa

www.standaard.be  
Wikipedia, de gratis internetencyclopedie, bestaat vandaag precies tien jaar. Bij de start riepen velen dat het ding geen kans maakte, omdat iedereen er geheel naar eigen goeddunken artikelen in kan schrijven en herschrijven. Nu blijkt net die massale sociale controle een van de



## BEZOEK



### BEWEGEND BEELD

Het digitale filmarchief van het Huis van Alijn telt meer dan 2000u bewegend beeld, in hoofdzaak familiefilm. De super 8, 8mm, 9mm en 16mm-films tonen uiteenlopende facetten van het dagelijks leven tussen de jaren 30 en de jaren 80. Ze bieden inzicht in de culturele en sociaal-economische ontwikkelingen die zich de 20ste eeuw hebben voltrokken.



### COLLECTIE: TAALKAMER

Kent u het verschil tussen Oost-Vlaams en West-Vlaams? Weet u wat het Gents zo speciaal maakt en wat de typische kenmerken zijn van het Brabants en het Limburgs? Al ooit Zeeuws-Vlaams en Frans-Vlaams gehoord?

## ONTDEK



### CIRCUS

De circuscollectie van het Huis van Alijn is ongetwijfeld één van de grootste van het land over het Belgisch circusverleden. Deze collectie telt meer dan 800 Belgische circusaffiches, 300 kostuums en 200 attributen. Het fotoarchief bevat meer dan 5000 beelden. Ze refereren in hoofdzaak aan het circusleven uit de eerste helft van de 20ste eeuw.



### HUWELIJK

Het huwelijk is een belangrijk ritueel in de levenscyclus. In de collectie van het Huis van Alijn worden voorwerpen, foto's en familiefilms bewaard die illustreren hoe het huwelijksritueel in de loop van de 20ste eeuw is geëvolueerd.

## DOE MEE

Het Huis van Alijn heeft een uitgebreide en rijke verzameling.

Aan de basis ligt de oprichting van het Museum voor Folklore in 1932. De collectie wordt nog dagelijks uitgebreid en omvat duizenden objecten, documenten, foto's en (amateur)films die het dagelijks leven in de 20ste eeuw documenteren. Achter en voor de schermen werken we aan het behoud, de studie en presentatie van de collectie. Deze schatkist is de bron waaruit we putten voor tal van projecten. We laten u graag meekijken en ontdekkingen doen.

MEER OVER DE COLLECTIE

## MIJN MUSEUM

U kan op onze website uw favoriete collectie samenstellen en bewaren. U selecteert de objecten die u interesseren en voegt die toe aan uw persoonlijke pagina 'mijn museum'. Ook shopitems die u aanspreken kan u hier bijhouden, eventueel in functie van een latere aankoop. Door het éénmalig aanmaken van een persoonlijke account, start u uw eigen museum. Veel plezier!

MEER OVER MIJN MUSEUM

# BEZOEK

# ONTDEK

# DOE MEE

zij de beroemde exclusieve laterale pulsator, die het water beweegt en niet het linnen,

de **HOOVERS** wassen beter en zonder slijten\*

"Mijn kindren en mijn echtgenoot geven veel linnen. In één besparing aan... spoort droogt mijn Hoovermaats 12 kg droog linnen in 30 minuten, en zonder slijten!"

"Mijn man moet nog gebruik worden van mijn Hoover! Mijn Hoover wasst wonderbaar, in een recordtijd (1 pond in 4 seconden) en zonder slijten!"

"In een jong gezin... in appartementen... in kantoren... mijn Hoover ontfermt zich heel goed... en het is heel goed... en zonder slijten!"

HOOVER 2214  
HOOVER 2215  
HOOVER 2216  
HOOVER 2217  
HOOVER 2218  
HOOVER 2219  
HOOVER 2220  
HOOVER 2221  
HOOVER 2222  
HOOVER 2223  
HOOVER 2224  
HOOVER 2225  
HOOVER 2226  
HOOVER 2227  
HOOVER 2228  
HOOVER 2229  
HOOVER 2230

Don voor documentatie terug te sturen aan Hoover, Waterwerktaigstraat, 6-16 - Brussel

Naam : \_\_\_\_\_  
Adres : \_\_\_\_\_  
Gemeente : \_\_\_\_\_ HL2/12

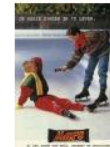
In België zijn er minstens viermaal zoveel Hoover machines dan van om 't een week ander merk.  
**KOOP HET BESTE EN U ZULT ZEGGEN : DANK U HOOVER !**

## RECLAME

Reclame is vandaag overal. Reclameboodschappen proberen te verleiden en te behagen. Marketeers onderzoeken de behoeften en verlangens van consumenten. Reclamemakers creëren nieuwe, betere werelden en zetten merken in de markt. Advertenties en reclamecampagnes beloven huiselijk geluk, comfort, kwaliteit, sociale status, schoonheid en gezondheid. En dat is niets nieuws onder de zon.

In reclameadvertenties prijzen fabrikanten hun producten aan en worden consumenten tot kopen aangezet. De eerste reclames stellen het nut en de functionaliteit van het product voorop. Vanaf de jaren 20 wordt het promoten van een andere manier van leven een belangrijk streefdoel. Moderne onderhoudsproducten zijn niet alleen hygiënisch en efficiënt, maar ook eenvoudig te gebruiken en geven resultaat in een handomdraai. Voedingsproducten zijn gezond en energierijk. Met de economische welvaart vanaf de jaren 60 neemt genieten en plezier een centrale plaats in de reclame in.

Hoewel de komst van televisie en internet reclamemakers veel nieuwe mogelijkheden biedt, blijft de geschreven media in hun vizier. Voor het Huis van Alijn zijn tijdschriften, kranten en reclamefolders belangrijke bronnen voor het onderzoek naar de tijdsgeest en de heersende maatschappelijke waarden, smaken en normen. Zowel redactionele bijdragen als reclameadvertenties geven inzicht in de visies op de consument, de huisvrouw en het gezin. Ze laten toe om de evolutie van technieken, prijzen, materialen en producten te volgen. We zien ook wanneer nieuwe producten in het dagelijks leven verschijnen.





# BEZOEK

# ONTDEK

# DOE MEE

## ZOEKEN: AUTO

### AUTO'S OVERAL

Dit weekend opende het 89ste autosalon, en iedereen zal het geweten hebben. Ook de dagen ervoor kon je geen krant of tijdschrift open slaan of je zag paginagrote autoreclames, de één na de ander.



## JE ZOCHT OP:

[x] auto

## VERFIJN

### RUBRIEKEN

[blog](#) (10)

[collectie](#) (99)

[info](#) (1)

[Shop item](#) (1)

### TREFWOORDEN

[vakantie](#) (34)

[jaren 1960](#) (23)

[jaren 1950](#) (20)

[jaren 1980](#) (20)

[jaren 1970](#) (17)

[vervoer](#) (11)

[camping](#) (6)

[mode](#) (5)

[actueel](#) (5)

[huwelijk](#) (4)

BEZOEK

ONTDEK

DOE MEE



**RECLAME**

**RECLAME VOOR AUTOMODEL FORD**

Wie auto denkt ... zegt: Ford! Vraag een proefrijt aan de officiële verdeler.

Objectnummer: RE-60-0025

Objectnaam: [advertentie](#)

Vervaardiger: [Ford \(merk\)](#), [Ford Motor Company \(fabrikant\)](#)

Trefwoorden: [auto](#), [vervoer](#), [jaren 1950](#)

Share / Save



**MIJN MUSEUM**

Verzamel de objecten die u aanspreken in [mijn museum](#).



## **BESLUIT: Een integrale visie op digitalisering:**

Van beleidsplan (missie & visie) tot HVA 2.0

De plaats van digitalisering in dit verhaal:

- digitalisering als dagelijkse praktijk in de basiswerking
- digitalisering als rode draad & schakelfunctie tussen collectie en publiek
- digitalisering als instrument & middel tot realisatie van de missie!

## **VERVOLG?**

De plaats van het publiek in dit verhaal ?

**HUIS VAN ALIJN ALS UITWISSELINGSPLATFORM**  
*Werkplaats en Ontmoetingsruimte*

COLLECTIEMANAGEMENT

> Kwalitatief beheer van de collectie

- collectievererving
- behoud
- digitalisering / registratie
- website

**COLLECTIEPLAN**

KENNISMANAGEMENT

> Kwaliteit van beheer van kennis & wijze van informatieverwerking

- documentatie & onderzoeksbeheer
- publicatiebeheer (reëel en virtueel)
- website
- ....

**KENNISPLAN**

PUBLIEKSWERKING

> Kwaliteit van de omgang met het publiek

- communicatie & relatiemanagement
- activiteiten / expo's / educatieve werking
- website
- ....

**PUBLIEKSPLAN**

ORGANISATIEMANAGEMENT

> Kwaliteit van de bedrijfsvoering

- organisatiebeleid
- personeelsbeleid
- financieel beleid
- website

**ORGANISATIEPLAN**





*sylvie.dhaene@huisvanalijn.be*  
*www.huisvanalijn.be*  
*www.facebook.com/huisvanalijn*