

# Archief zkt. Publiek

Gebruik van Facebook in archiefinstellingen

Jochen Vermote, stadsarchief leper en Thomas Vervaet, FelixArchief Antwerpen

Tot voor kort was de (fysieke) leeszaal het enige kanaal waarmee archivariissen in dialoog gingen met de burgers of archiefgebruikers. Nieuwe verwachtingen van de gebruikers dwingen de archieven meer en meer in de richting van digitale oplossingen. De bouw van een virtuele leeszaal, naast de bestaande fysieke leeszaal, is dan ook één van de vooruitgeschoven aandachtspunten in de *Innovatieagenda Archieven 2020*<sup>1</sup>.

Hierbij stelt men verschillende oplossingen voor, zoals het aanbieden van uiteenlopende diensten voor de burgers, met onder andere publieksvriendelijke toegangen op archieven, digitale bronnen, materiaal voor het onderwijs, scannen-opaanvraag, interactie met de online gebruikers zoals een chatmodule als vraagbaak, enz. Op die manier kan het raadplegen van archieven volledig digitaal verlopen.

Deze virtuele ruimte kan bovendien ook worden uitgebreid naar andere taken van de archiefinstelling, zoals de brede publiekswerking of het promoten van de archieven of geschiedenis van de streek of thema.

Een tweede aandachtspunt van *Archieven 2020* is het vergroten van het archiefbewustzijn. Burgers vinden de weg niet naar

het archief omdat het voor hen niet duidelijk is wat een archief is. Ze verwachten dat een archief ontoegankelijk is en dat ze een afspraak nodig hebben om binnen te mogen. Bovendien bestaat het beeld dat archieven het exclusieve speelterrein zijn van historici en genealogen. Burgers moeten leren dat archieven openbare instellingen zijn en dat er voor hen relevantie informatie te vinden is.



“SOMMIGE BERICHTEN WORDEN DOOR DUIZENDEN PERSONEN BEKEKEN, IETS WAAR JE OP HET GEWONE WEB MAAR VAN KAN DROMEN.”

### IS ER EEN PUBLIEK VOOR ARCHIEVEN?

Het PRISMA-onderzoeksproject van FARO tussen 2009 en 2011 bracht op een kwantitatieve wijze het brede potentieel voor de lokale archiefinstellingen in kaart. Grosso modo is een kwart van de modale (volwassen) Vlaming sterk tot zeer sterk geïnteresseerd in diverse erfgoedthema's<sup>2</sup>. De geschiedenis van de streek, stad, gemeente of straat boeit zelfs 34 tot 44 procent van de respondenten sterk tot zeer sterk<sup>3</sup>. Een Nederlandse studie gaf aan dat een kwart tot een derde potentiële gebruikers van een archief kunnen zijn<sup>4</sup>. Voor lokale overheidsarchieven moet dit als muziek in de oren klinken.

Het overgrote deel van dit potentieel publiek vindt echter niet de weg door de eerder aangehaalde gebrekkige kennis van archieven of door de complexe manier van zoeken in een archief. Een genealoog of heemkundige is inhoudelijk sterk betrokken bij zijn onderzoeksonderwerp en zal hierover goed nadenken. Hij of zij heeft een specifieke vraag en zoekt hierop een antwoord door gebruik te maken van de websites en databanken van archiefinstellingen. Het grootste deel van de burgers met een interesse in lokale geschiedenis zal op een ongerichte manier op zoek gaan naar informatie. Hun noden worden niet gedekt door de veelheid aan beeldbanken en archiefbanken die niet aansluiten op hun kennisniveau. Ze wensen op een laagdrempelige, duidende manier in contact te komen met historische informatie. Nederlandse studies omschrijven deze gebruikers als 'snackers' of ondiepe gravers<sup>5</sup>.

De lokale archiefinstellingen moeten dan ook alle zeilen bijzetten om deze snackers aan te spreken op hun interesses. Digitaal is hierbij het nieuwe normaal. En uiteraard kan je dan niet om Facebook heen.

Facebook, en andere sociale media, kunnen voor de archiefinstellingen een uitgelezen instrument vormen om het stoffig imago op te poetsen en de burgers met een niet-structurele historische interesse te bereiken. Daarnaast past het opzetten van een sociale mediastrategie door

lokale archiefinstellingen perfect in de profileringsdrang van steden en gemeenten.

Bovendien helpt het verspreiden van historische kennis aan het versterken van het gemeenschapsgevoel. Door via sociale media zoals Facebook de gemeenschappelijke geschiedenis van de ruimte en personen te benadrukken, dient het archief nogmaals de maatschappij waarvan het pretendeert het geheugen te zijn.

### FACEBOOK IN IEPER & ANTWERPEN

Facebook is zeer gebruiksvriendelijk en het plaatsen van een bericht of het opladen van een foto vergt geen of weinig technische kennis. De snelheid waarmee berichten kunnen geplaatst worden en de spontaniteit van Facebook zorgen voor een vlotte en efficiënte communicatie met een breed publiek. Facebook kan een ideaal instrument zijn voor de promotie van het archief en de geschiedenis van de stad, streek of een thema. Dit vergt een andere, meer laagdrempelige benadering van het archief, afgestemd op de interesses van de burger.

De Facebookpagina's van Ieper en Antwerpen zijn sinds 2011 uitgegroeid tot één van onze belangrijkste communicatiekanalen. Al vanaf de start richten we ons met laagdrempelige berichten naar de grote groep geïnteresseerden in de geschiedenis van de stad.

We trachten via een mengelmoes van ludieke en inhoudelijke berichten een zo divers mogelijke groep te bereiken<sup>6</sup>. Door de gigantische collecties is het eenvoudig om archiefphoto's te linken aan de actualiteit. Een kwalificatie voor de wereldkampioenschappen voetbal wordt aangegrepen voor het posten van een foto van de lokale voetbalclub. Of we posten een foto van een 19e-eeuws terras naar aanleiding van een hittegolf.

We betrekken de burgers in onze communicatie. We laten hen stemmen, vragen om hun mening of we laten hen foto's posten. Deze ontstane dialoog wordt ook door hun kennissen gevolgd waardoor zowel de interactie als het netwerk

van het archief groter wordt. Daarnaast maken we ook gebruik van de kennis van het netwerk voor het beschrijven van foto's. Het lokaliseren, dateren of identificeren van personen op foto's gebeurt doorgaans vrij vlot via Facebook.

Hiernaast is Facebook ook heel toegankelijk voor het verspreiden van evenementen, het delen van fotoalbums en voor het beantwoorden van vragen van burgers die je enkel via Facebook weten te bereiken.

Door het enorme succes van Facebook, staken onze pagina's dit jaar de websites ruim voorbij qua bezoekcijfers. Sommige berichten worden door duizenden personen bekeken, iets waar je op het gewone web maar van kan dromen.

Het beheer van de Facebookpagina's is binnen beide archiefinstellingen aan verschillende personeelsleden toegekend. Er zijn geen geformaliseerde afspraken gemaakt over een beurtrol of publicatieritme. We proberen het spontane karakter van Facebook te respecteren, maar zorgen er wel voor dat er regelmatig een bericht op de pagina wordt gepost. Op die manier blijf je vers in het geheugen van de burger.

Veel van de frequent geraadpleegde collecties of archieven zijn reeds gedigitaliseerd en kunnen zonder veel extra moeite worden geplaatst op Facebook. Tijdens de dagdagelijkse taken zoals inventarisatie, voorbereiding van tentoonstellingen, enz. worden er interessante of leuke vondsten gedaan. Regelmatig wijzen vrijwilligers ons op een interessante foto. Ook de 'likes' van de pagina brengen spontaan zelf fotomateriaal aan. Stof genoeg om een pagina mee te vullen. Deze worden centraal verzameld en op het juiste tijdstip in een statusbericht verwerkt. Het is zelfs mogelijk het tijdstip waarop een bericht mag worden gepubliceerd in te stellen. De totale tijdsbesteding blijft op deze manier binnen de perken. We schatten deze op circa 5 à 10 minuten per dag.

Het valt niet te verwonderen dat foto's beter scoren dan geschreven tekst.

### STADSARCHIEF IEPER

Naar aanleiding van de tentoonstelling 'Draait de Commerce' over de winkelfaçades in Ieper zijn we op de Facebookpagina op een meer gestructureerde manier te werk gegaan. We organiseerden een 'raad het plaatje', de brochure stelden we integraal beschikbaar, we plaatsten foto's van de bestickerde etalages van de leegstaande winkelpanden én de verschillende mediareportages werden gedeeld. Facebook vormde op die manier een aanvulling op de klassieke kanalen voor de promotiecampagne.



Raamsticker van een leegstaand handelspand in de Diksmuidestraat (Stadsarchief Ieper).

### FELIXARCHIEF

Interactie is zeer belangrijk voor het FelixArchief. Bij de opening van onze FelixShop speelden we hier nauw op in. We lieten de burger zelf beslissen welke postkaartjes we zouden verkopen. Ze kregen de mogelijkheid om hun favoriete postkaarten uit een selectie te 'liken'. De twintig populairste kaarten verschenen als postkaart en zijn nu te koop in onze FelixShop. Of hoe digitaal en analoog hand in hand kunnen gaan.



Postkaarten te koop in de Felixshop, gekozen door de burgers.

“FACEBOOK, EN ANDERE SOCIALE MEDIA, KUNNEN VOOR DE ARCHIEFINSTELLINGEN EEN UITGELEZEN INSTRUMENT VORMEN OM HET STOFFIG IMAGO OP TE POETSEN.”



#### 10 FACEBOOKTIPS VOOR ARCHIEVEN:

- Wees niet bang om te proberen! Varieer in je posts en tast af wat je Facebookvolgers *liken*. Berichten met een vleugje humor doen het meestal nog het best.
- Werk met afbeeldingen. Visuele content doet het altijd beter.
- Wees beknopt! Lange teksten schrikken af.
- Reageer op berichten van andere pagina's waar jouw publiek zit.
- Kies je moment om berichten te publiceren goed uit. Woensdag is doorgaans een goede dag om berichten te posten of publiceer berichten ergens rond de middag of late namiddag.
- Maak gebruik van de functionaliteit berichten plannen en geef meerdere collega's een beheerdersrol. Zo valt de interactie niet stil bij een dagje vakantie.
- Lok je publiek uit zijn kot. Stel vragen, wees uitdagend, organiseer een wedstrijd, enz.
- Zorg voor conversaties en reageer altijd snel en vlot. Facebook is voor de meesten ontspanning en ze willen rustig keuvelen over geschiedenis.
- Kies voor een mooie bannerfoto en een in het oog springende of herkenbare profielfoto.
- Haal de mosterd bij pagina's van andere archiefinstellingen. Ze hebben vaak leuke ideeën.



Bericht van 27 december 2013 (stadsarchief Ieper).

Facebook fungeert dan ook als een soort verlengde van een beeldbank. De frequentie waarmee een beeldbank wordt bezocht door het publiek zal in ieder geval veel lager liggen dan de frequentie waarmee de leden van Facebook hun profiel 'checken'. Als archiefinstelling kan je dan op dagelijkse basis gebruik maken van een platform langs waar je honderden of meer personen kan bereiken.

Facebook is helaas voor nog heel wat archieven een onbekende wereld. Toch overtreft het succes van onze Facebookpagina onze wildste verwachtingen. Deze vorm van online tentoonstellen is de perfecte manier om burgers met onze collectie te laten kennismaken. Het stadsarchief van Ieper en het FelixArchief blijven in de toekomst alleszins inzetten op Facebook en tasten ook af wat we met anders sociale netwerken zoals Twitter en Instagram kunnen bereiken.

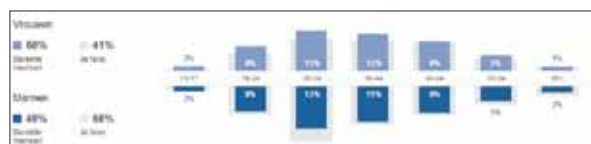
## STATISTIEKEN

Vanaf het ogenblik waarop je 50 likes hebt verzameld voor je pagina, kan je gebruik maken van de Facebookstatistieken. Op

die manier krijg je een inzicht in je fans: hoe oud zijn ze, welk geslacht hebben ze, waar komen ze vandaan, enz. Net zoals websitestatistieken zijn ze niet eenvoudig te interpreteren maar zijn ze wel indicatief.

Circa 75 procent van de via Facebook bereikte personen woont in het brede werkingsgebied van het archief. De andere toppers zijn de grote centrumsteden waar jongeren uit de streek studeren of voormalige inwoners wonen. Met andere woorden, via Facebook bereik je makkelijk de lokale bevolking. Ter vergelijking: 46 procent van de bezoekers in de Ieperse leeszaal komt uit de streek rond Ieper<sup>7</sup>. We bereiken als archiefinstelling van een lokale overheid de burgers relatief gezien makkelijker via Facebook dan via de leeszaal.

De grote genderongelijkheid die het leeszaalbezoek typeert is niet terug te vinden in de Facebookstatistieken. In de digitale wereld vinden evenveel mannen als vrouwen de weg naar het archief. Dat de jongere leeftijdscategorieën sneller de weg naar onze pagina vinden zal gezien het medium niet verbazen. Een groot deel van de fans is jonger dan 35 jaar. We merken wel dat de oudere leeftijdscategorieën het beter doen wanneer we naar de betrokkenheid kijken, d.w.z. het liken van, het reageren op of het delen van de berichten op de Facebookpagina. Onze vrouwelijke fans zijn blijkbaar ook digitaal mondiger dan de mannen aangezien zij voor meer dan de helft van de *likes*, reacties en *shares* verantwoordelijk zijn.



Bereikte personen in de voorbije 28 dagen (stadsarchief Ieper).

We kunnen dus concluderen dat het publiek op Facebook grondig verschilt van de leeszaalbezoekers. Uit ervaring kunnen we ook stellen dat het twee afzonderlijke werelden zijn. Enerzijds zijn er maar weinig leeszaalbezoekers die ons via Facebook volgen. Anderzijds zijn er niet veel fans die de weg naar onze leeszaal hebben gevonden. Zij hebben ook geen nood aan het uitvoeren van historisch onderzoek, maar wensen toch op een luchtige manier te worden geïnformeerd over de lokale geschiedenis. Facebook en andere sociale media zijn een goede aanvulling op de leeszaal.

## ANDERE SOCIALE MEDIA

Het gebruik van sociale media in Vlaamse archiefinstellingen beperkt zich vooral tot Facebook. Het FelixArchief onderhoudt een Twitteraccount. Het stadsarchief Ieper heeft ook een account maar gebruikt dit amper. Twitter is een ideale tool om contacten met andere archief- of informatieprofessionals te onderhouden. Burgers worden maar moeizaam bereikt.

Er zijn nog verschillende sociale media die het ontdekken waard zijn, voornamelijk die waarmee je met beeld of filmmateriaal aan de slag kan gaan zoals Instagram, YouTube, Flickr, Pinterest, enz. Het is zaak om binnen deze veelheid aan sociale media een goede mix te zoeken waarmee je je doel of doelpubliek op een efficiënte manier kan bereiken. ■■