

Second Life en Google Maps: nieuwe web-functionaliteit van het belang voor de archiefwereld ?

auteur: Jules Lauwerier

Het Internet is continu in beweging: nieuwe ontwikkelingen doen zich voor en oude verdwijnen. Wie weet nu nog wat WAP is ? Het was een hype van enkele jaren geleden voor mobiel Internet. Het is ingehaald door de technologische ontwikkeling van de mobiele telefoons die sneller ging dan verwacht en de komst van draadloze breedband Internet-connecties zodat laptops ook Internet kunnen gebruiken. Momenteel zijn er 2 ontwikkelingen die de aandacht vragen: Second Life en Google Maps. Zijn dit net als WAP hypes van voorbijgaande aard of zijn dit blijvertjes ? Helaas kan ook ik niet in de toekomst kijken. Als dat zo was, dan speelde ik morgen mee in de Lotto...

Toch kunnen we wel bekijken of deze zaken betekenis kunnen hebben voor de archiefwereld. Laten we beginnen met Second Life wat nader te bekijken.

Second Life is een virtuele wereld. Deelnemers maken hun "avatar": een eigen poppetje wat het alter-ego in de virtuele wereld is. Je kunt je alter-ego zelf modelleren. Je kunt jezelf namaken of jezelf juist anders voordoen dan in "real life": mooier, lelijker en ouder of jonger. Je kunt met je avatar door de virtueel wereld wandelen en contact maken met andere avatars. Je kunt ook gebouwen bezoeken of zelf een stuk grond kopen en er je eigen gebouw op maken. In Second Life is veel gratis, maar niet alles: je kunt er handelen met anderere avatars in spullen die je zelf maakt of diensten die je aanbiedt. Betaling kan in virtueel geld: de Linden Dollar of in echt geld. Grond kopen is in feite huren, want je betaalt een basisbedrag in echte dollars en maandelijks betaal je belasting. Zo verdient de organisator van Second Life (Linden Labs) hun geld. De virtuele ruimte in Second Life is ingedeeld in "eilanden" en "grids". De toegang tot eilanden wordt geregeld door de eigenaar van het virtuele eiland. Door Linden Labs wordt de toegang op de verschillende "grids" geregeld. Zo is er een "Teens grid" wat slechts toegankelijk is voor (echte) tieners. Er staat een (echte) boete op het gebruik van een avatar-tiener terwijl je zelf niet in de doelgroep valt. Het contact maken met andere avatars, virtueel shoppen om de avatar nog leuker te maken en het bijonen van virtuele bijeenkomsten (popconcerten, lezingen) zijn de belangrijkste bezigheden in Second Life.

Wat is nu relevant voor de archiefsector ? Die vraag kunen we beantwoorden als we kijken wat de behoeften zijn in de virtuele wereld die de archiefsector zou kunnen vervullen. Zonder zelf actief te zijn in Second Life is dit niet gebaseerd op ervaring, maar op een theoretische basis en gezond verstand. Ten eerste moeten we kijken of de doelgroep van de archiefsector in Second Life aanwezig is. De archiefwereld heeft globaal 2 doelgroepen: vaste klanten en potentiële klanten. Beiden hebben eigen behoeften.

De vaste klanten gebruiken in de archieven vooral bronnen. In Second Life zijn geen nieuwe bronnen aanwezig, die niet in het real life op het WWW te vinden zijn. Is het aannemelijk dat deze gebruikers hun bronnen liever op Second Life dan op het WWW vinden ? Ik betwijfel dit sterk. Mogelijk dat in de toekomst het WWW als informatieplatform door Second Life wordt verdrongen, maar ik acht die kans klein en zeker niet in de komende 5 jaar. Is het aannemelijk dat de vaste klanten in Second Life behoefte heeft aan contact met elkaar ? Het is zeker mogelijk. Is daar een rol voor de archiefwereld weggelegd ? Neen. Is het aannemelijk dat de vaste klanten behoefte hebben aan bijeenkomsten in Second Life ? Ja, voor de vaste klanten die tevens deelnemer zijn aan Second Life, is dit zeker te verwachten. Dit zou door de archiefwereld verzorgd kunnen worden.

De potentiële klanten zijn in Second Life volop aanwezig. Tenminste als we iedereen die nog geen kant is als potentiële klant betitelen. Laten we echter wel reëel zijn: de kans dat een amerikaan zijn roots via Second Life gaat zoeken en dan behoefte heeft aan inbreng vanuit de Nederlandse archiefwereld is klein. Het aantal potentiële klanten neemt hierdoor drastisch af. Toch zijn alle nederlandse deelnemers en deelnemers met nederlandse roots zeker potentiële klanten van de nederlandse archiefwereld. Welke behoeften zou deze groep dan hebben in Second Life ? Zolang ze potentiële klant zijn, hebben ze hooguit latente behoeften. Die moeten eerst omgezet worden in echte behoeften. Dat kan door bewustwording. Net als in het real life kan dat door bijeenkomsten of gewoon via reclame. Beide opties kan de archiefwereld in Second Life ook toepassen: een virtuele cursus, virtuele lezingen, een virtuele rondleiding door een virtueel archief dat een afspiegeling is van een real life archief, virtuele bronnen die een afspiegeling zijn van real life bronnen, nieuwsbulletins, reclameborden: "Find your roots", "Hier uw stamboom". Het is vervolgens logisch om de behoeften verder via het aloude WWW te leiden en via die weg misschien ook naar het real life archief. De meeste bedrijven met een virtuele vestiging in Second Life doen niet anders.

De afweging die de archiefsector moet maken is deze: weegt de inspanning van deelnemen op tegen de voordelen ? Ik ben van mening dat dit nog niet het geval is en dat dit nog zeker 2 jaar het geval zal zijn. Het aandeel potentiële klanten dat via Second Life de weg naar de archieven zal weten te vinden, terwijl ze dat niet via het WWW doen is m.i. zeer gering. De vaste klanten kunnen voorlopig ook prima via het WWW bediend worden. De kosten voor het openen van een permanente virtuele vestiging en het bemensen ervan zullen m.i. niet in verhouding staan tot de opbrengsten. Kortom: kijk de komende 2 jaar de kat uit de boom. Zorg vooral dat het WWW de potentiële klanten en de vaste klanten bedient. Zelfs als deelname aan Second Life straks een optie is, is het WWW een vervolgstap of zo je wilt: de overstap naar real life verloopt via het WWW. Dat zal zeker nog een aantal jaren zo blijven. Uiteindelijk willen we de deelnemers toch in real life iets bieden, nietwaar ?

Dan de tweede actuele trend op het Internet: Google Maps. De belevingswereld van veel mensen verandert nu veel informatie via de locatie in beeld wordt gebracht. Of het nu de locatie van restaurants is of de plekken waar recentelijk overvallen zijn gepleegd of op welke plekken kapotte lantaarnpalen staan of stoeptegels losliggen, het staat niet meer op lijstjes, maar wordt via Google Maps op een luchtfoto ingetekend. Mede door het gebruik van de TomTom autonavigatie is men weer meer gewend geraakt aan kaartlezen. Is het nu ook logisch om de locatiegebonden archiefinformatie op Google Maps te zetten ? Ook hier moeten we onderscheid maken tussen vaste klanten en potentiële klanten.

De vaste klanten hebben behoefte aan specifieke bronnen. Die kunnen, voor zover ze op een locatie betrekking hebben, op Google Maps geplaatst worden. We moeten ons dan wel afvragen of we door de bomen het bos kunnen blijven zien: 1000 digitale geboorteakten op een stip zetten, levert zeker een puinhoop op, die geen bruikbare ontsluiting oplevert. Dat betekent dat de locatie-stip heel exact geplaatst moet worden: op straat- of huisnummerniveau. De archiefwereld is m.i. nog lang niet in staat om dit te regelen. De kennis ervoor is niet of nauwelijks aanwezig en het werk om te "geo-coderen" zal jaren werk zijn. Deze techniek echter wel degelijk bruikbaar zijn voor bepaalde bronnen. De site van De Woonomgeving met zijn pilotprojecten is hiervan het goede voorbeeld. Er moet dan wel heel selectief gezocht worden naar bronnenmateriaal waar de locatie essentieel is voor de betekenis van de inhoud. Bij de genoemde geboorteakten is dat niet het geval. Bij een huizenverkoop is dat wel aan de orde.

De potentiële klanten kunnen met een kaart met daarop op diverse plekken een gescand brondocument verleid worden om meer naar bronnen te kijken. Google Maps is dan slechts het communicatiekanaal, want de luchtfoto voegt op zich weinig toe. Het had ook gewoon een kaart kunnen zijn, zoals dat bijvoorbeeld op www.familienaam.nl gebeurt. Het merk "Google Maps" wordt dan slechts gebruikt als marketinginstrument om mensen te lokken: "Nu ook archiefstukken op Google Maps".

Ook hier moet uiteindelijk de afweging gemaakt worden tussen de inspanning en de opbrengst. Google probeert om de drempel voor het kunnen publiceren via Google Maps heel laag te houden. De inspanning zou dus mee kunnen vallen. Het is m.i. zeker waard om in het project te bekijken of Google Maps als tool geschikt is voor de Virtuele Onderzoekruimte,