



HIGHRES

Modules van de opleiding

HIGHRES TRAINING WEBSITE



Medegefinancierd door
de Europese Unie

Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europese Uitvoerende Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA) weer. Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan ervoor aansprakelijk worden gesteld.

Hallo! Doe je voordeel met onze HIGHRES Training

Welkom op de HIGHRES training website.

Als je geïnteresseerd bent in immaterieel cultureel erfgoed, gemeenschapsprojecten in plattelandsgebieden, nieuwe technologieën of duurzaam toerisme, om maar wat onderwerpen te noemen, dan ben je hier aan het juiste adres. Het HIGHRES-project biedt gratis trainingen aan om je kennis op deze gebieden uit te breiden.

Deze training bestaat uit 6 modules die zijn ontwikkeld door de experts van het HIGHRES-consortium. Het is de bedoeling dat je de volgorde van de modules aanhoudt. Ze zullen je helpen bij het uitvoeren van projecten in plattelandsgebieden die immaterieel cultureel erfgoed onder de aandacht brengen als middel om duurzame ontwikkeling in de gemeenschap te bewerkstelligen, waarbij toerisme als een van de mogelijkheden centraal staat. In de modules speelt digitale storytelling, oftewel het digitaal delen van verhalen, een belangrijke rol.

Met dit alles willen we twee uitdagingen aanpakken die spelen in sommige plattelandsgebieden in Europa en de rest van de wereld: het gebrek aan projecten en middelen voor de sociaal-economische ontwikkeling van deze gebieden en het ontbreken van kennis over digitale mogelijkheden en gebrek aan digitale vaardigheden in deze gebieden.

Wat kan je verwachten van de modules?

Elke module bestaat uit 4 essentiële onderdelen:

- In deel 1 vind je theoretische informatie over concepten en ideeën. Dit gedeelte is onderverdeeld in (sub)hoofdstukken.
- In het tweede deel belichten we enkele case studies van projecten die interessant zijn om te verkennen in verband met het onderwerp van de module.
- In het derde deel behandelen we de evaluatie van een project. Dit deel bestaat uit twee delen: vragen voor zelfreflectie en een quiz waarin je het juiste antwoord kan selecteren.
- Het laatste deel van iedere module behelst de referenties die in het theoretische gedeelte zijn gebruikt en een lijst met aanvullende bronnen, voornamelijk weblinks, om je begrip te verdiepen.

Voor wie is deze training bedoeld?

Deze training is bedoeld voor iedereen die geïnteresseerd is in de hierboven genoemde onderwerpen, ongeacht hun relatie met cultureel erfgoed, storytelling, digitale technologieën of toerisme. Het trainingsmateriaal is zo ontworpen dat iedereen waardevolle informatie over deze onderwerpen kan vinden.

Meer specifiek helpt deze training je bij het uitvoeren van culturele immateriele erfgoedprojecten in plattelandsgebieden. Elke culturele of sociale actor die in plattelandsgemeenschappen werkt, kan deze training gebruiken om de uitdagingen op het gebied van plattelandsontwikkeling aan te gaan.



HIGHRES

Module 1

IDENTIFICATIE EN CATALOGISERING VAN
IMMATERIEEL CULTUREEL ERFGOED IN
PLATTELANDSGEBIEDEN



Medegefinancierd door
de Europese Unie

Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europese Uitvoerende Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA) weer. Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan ervoor aansprakelijk worden gesteld.



MODULE 1: Identificatie en catalogisering van immaterieel cultureel erfgoed in plattelandsgebieden

Wanneer het woord erfgoed ter sprake komt, denken we veelal in eerste instantie aan historische gebouwen die in de loop der tijd een symbolische betekenis en culturele waarde voor de mensheid hebben gekregen. Of we denken aan kunstwerken, archeologische vondsten, musea en andere waardevolle materiële elementen. Maar soms zien we de uitingen, festivals, tradities of kennis over het hoofd die ook deel uitmaken van het culturele erfgoed van een samenleving.



Fig. 1 De traditie van kantklossen in Peniche, Portugal. Bron: HIGHRES-archief.

Deze module introduceert immaterieel cultureel erfgoed (ICE) op basis van het UNESCO-verdrag (2003) en benadrukt het belang ervan voor de identiteit en culturele continuïteit in plattelandsgebieden. In de module worden ICE-categorieën, participatieve technieken voor identificatie en catalogisering en ethische principes voor het behoud ervan gepresenteerd en hedendaagse uitdagingen besproken, samen

met valorisatiestrategieën zoals erfgoededucatie en gemeenschapsgericht toerisme. Ten slotte worden zelfbeoordelingsinstrumenten voorgesteld om kritische reflectie en lokale empowerment te bevorderen. De case study van het Ecomuseum van Corvo illustreert het verband tussen herinnering, territorium en participatie.

MODULE-INDEX

Inleiding	8
1. Immaterieel cultureel erfgoed	10
2. Soorten immaterieel cultureel erfgoed	11
3. Technieken voor identificatie en catalogisering	13
4. Ethiek, culturele rechten en intellectueel eigendom	15
5. Waardering van ICE en hedendaagse uitdagingen	16
6. Case study: Ecomuseum van Corvo, Portugal	18
Hulpmiddelen voor zelfbeoordeling	20
Referenties	23

Inleiding

Samenvatting

Deze module nodigt uit tot reflectie over het immaterieel cultureel erfgoed (ICE) dat in gemeenschappen aanwezig is. Het benadrukt het belang van het luisteren naar, en het in kaart brengen en waarderen van levende culturele praktijken in landelijke contexten. Het doel is om praktische en kritische vaardigheden te ontwikkelen om op te treden als cultureel bemiddelaar en mobilisator, waarbij lokale kennis wordt erkend en de banden binnen de gemeenschap worden versterkt.

Heb je er ooit over nagedacht hoeveel soorten kennis, tradities en culturele praktijken er om je heen bestaan – vaak niet direct zichtbaar, maar essentieel voor de identiteit van een gemeenschap? Deze module nodigt je uit om immaterieel cultureel erfgoed (ICE) te verkennen en erover na te denken. UNESCO erkent ICE als een gedeelde en steeds veranderende schat, die van generatie op generatie wordt doorgegeven.

Het doel is om je een duidelijk inzicht te geven in de belangrijkste ideeën achter ICE, de categorieën ervan en waarom het belangrijk is om het te beschermen, vooral in plattelandsgebieden. In de module vind je voorbeelden, hulpmiddelen en participatieve methoden die helpen bij het identificeren, vastleggen en waarderen van deze levende culturele praktijken. Je zal ook worden uitgenodigd tot nadenken over echte verhalen van gemeenschappen die hun tradities in ere houden – verhalen die laten zien hoe territorium, herinneringen en emotionele banden het immaterieel erfgoed in het dagelijks leven vormgeven.

Deze module gaat niet alleen over wat ICE is. Het gaat ook over het opbouwen van praktische en doordachte vaardigheden: leren luisteren naar gemeenschappen, kennisdragers identificeren, tradities in kaart brengen en de ethische verantwoordelijkheden begrijpen die daarbij komen kijken.



Fig. 2 Tentoonstelling Kenniscentrum Immaterieel Erfgoed Nederland. Bron: HIGHRES Archief.

Aan het einde van de module zou je je meer toegerust moeten voelen om op te treden als luisteraar, bemiddelaar en ondersteuner van levende cultuur – door te helpen het territorium, de herinneringen en de stemmen te herkennen die het immaterieel erfgoed van een gemeenschap levend houden.

1. Immaterieel cultureel erfgoed

Samenvatting

Dit hoofdstuk presenteert het concept van ICE volgens UNESCO, met de nadruk op collectief erkende praktijken en kennis. Het benadrukt dat het behoud verder gaat dan technische documentatie, dat dit ook intergenerationele overdracht en aanpassing vereist. Het waardeert de rol van luisteren, dialoog en collectieve actie bij het behoud van culturele diversiteit.

Laten we beginnen met een belangrijke vraag: wat doet, weet of viert een gemeenschap dat als erfgoed moet worden beschouwd? Vaak hebben dingen die eenvoudig lijken – zoals een traditioneel recept, een groepslied of een lokaal feest – een diepe culturele betekenis.

Immaterieel cultureel erfgoed (ICE) omvat "de praktijken, representaties, uitingen, kennis, vaardigheden – evenals de instrumenten, voorwerpen, artefacten en culturele ruimtes die daarmee verband houden – die gemeenschappen, groepen en, in sommige gevallen, individuen erkennen als onderdeel van hun cultureel erfgoed" (UNESCO, 2003). De gemeenschap zelf erkent en dat wat zij erkent is geworteld in het dagelijks leven en een gedeeld gevoel van identiteit (Florêncio et al., 2016, p. 16).

Het beschermen van ICE is meer dan alleen het documenteren ervan. Het behelst ook het levend houden, het doorgeven aan volgende generaties en het laten groeien en veranderen – vooral wanneer er uitdagingen zijn zoals migratie, globalisering of het verlies van traditionele kennis (Florêncio et al., 2014). Het ondersteunen van ICE helpt de diversiteit te behouden, stimuleert de dialoog tussen culturen en versterkt de banden binnen de gemeenschap (Raad van Europa, 2005).

Zoals Freire (2005, p. 80) zei: "Niemand leert een ander iets, en niemand is autodidact, mensen leren elkaar iets, bemiddeld door de wereld." Dit idee past ook bij ICE: het is een gedeeld proces van luisteren, respecteren en cultuur doorgeven.



2. Soorten immaterieel cultureel erfgoed

Samenvatting

In dit deel worden de vijf belangrijkste categorieën van ICE die door UNESCO zijn vastgesteld besproken: mondelinge tradities, artistieke uitingen, sociale praktijken, kennis over de natuur en traditionele ambachten. Er wordt benadrukt hoe deze categorieën vaak in de praktijk met elkaar verweven zijn en moeten worden erkend op basis van het perspectief van de gemeenschap.

Heb je ooit gemerkt hoe cultuur zich op verschillende manieren manifesteert in een gemeenschap? Sommige aspecten zijn gemakkelijk te zien, zoals festivals en feesten. Andere zijn meer verborgen – ze komen tot uiting in dagelijkse gewoonten, gebaren, kennis en woorden die door de tijd heen zijn doorgegeven.

De categorieën van ICE zijn niet strikt of vastomlijnd. Ze dienen ertoe gemeenschappen te helpen bepalen wat zij belangrijk vinden. De UNESCO-conventie (2003) noemt vijf belangrijke terreinen:

Mondelinge tradities en uitingen

Verhalen, liederen, spreekwoorden en legendes die worden gedeeld in families of gemeenschappen, inclusief talen.

Artistieke uitingen

Dans, muziek, theater en andere tradities op het gebied van podiumkunsten.

Sociale praktijken, rituelen en feestelijke evenementen

Oogstfeesten, bruiloften en religieuze festivals.

Kennis en praktijken met
betrekking tot de natuur en het
universum

Landbouwmethoden,
kruidengeneeskunde of manieren om
het weer te voorspellen.

Traditioneel vakmanschap

Het maken van manden, aardewerk,
stoffen, gereedschap en
muziekinstrumenten.

Deze gebieden komen vaak op boeiende en complexe manieren samen. Een enkel festival kan muziek, dans, verhalen vertellen en rituele kennis tegelijk omvatten. Deze expressievormen worden nog krachtiger wanneer ze worden verteld aan de hand van persoonlijke verhalen, zoals een borduurster die vertelt dat zij het vak van haar grootmoeder heeft geleerd of een visser die oude liederen over de getijden zingt. Verhalen helpen de diepere betekenis achter deze tradities te onthullen en brengen emotie en kennis samen.

Het doel is niet alleen om praktijken in hokjes te plaatsen, maar ook om te eren wat de gemeenschap zelf als zinvol beschouwt. Zoals Freire (2005) zegt, begint lesgeven met luisteren. Het beschermen van ICE betekent ook luisteren, respecteren en samen een gedeelde betekenis creëren.

3. Technieken voor identificatie en catalogiseren

Samenvatting

Dit hoofdstuk presenteert participatieve methoden voor het in kaart brengen en documenteren van ICE in plattelandsgebieden, zoals interviews, emotionele mapping en gezamenlijke inventarisaties. Het pleit voor een ethische, contextgevoelige aanpak, waarbij de betrokkenheid van de gemeenschap en de erkenning van lokale kennis voorop staan.

Om immaterieel cultureel erfgoed (ICE) samen met gemeenschappen te identificeren en te documenteren – vooral in plattelandsgebieden waar ICE nauw verbonden is met het land en het dagelijks leven – is het belangrijk om methoden te gebruiken die gebaseerd zijn op luisteren, dialoog en respect voor de lokale realiteit.

Het vinden van ICE is meer dan alleen kijken; het is het herkennen ervan samen met de gemeenschap. In de loop der tijd zijn hiertoe veel nuttige methoden ontwikkeld. Enkele van de meest gebruikte zijn:

- **Open interviews en gemeenschapsdialoogcirkels** met lokale mensen, vooral ouderen en kennisdragers, om levensverhalen, gedeelde herinneringen en de diepere betekenis achter culturele praktijken te verzamelen. (Florêncio et al., 2016).
- **Emotionele mapping en sociale cartografie** als hulpmiddelen om de plaatsen te tonen waar ICE plaatsvindt, zoals markten, tuinen, wandelpaden, kerken, ovens, bronnen of ontmoetingsplaatsen. (Sou et al., 2022).
- **Gedeelde velddagboeken en foto-/audiodocumentatie, gemaakt** met de gemeenschap, met respect voor hun tempo en altijd met duidelijke en geïnformeerde toestemming. (UNESCO, 2024; EcoHeritage, 2024).

- **Participatieve inventarissen** die de informatie ordenen in formulieren, beschrijvingen of verhalen, met behulp van formats zoals tekst, video of audio. Deze helpen lokale stemmen zichtbaar te maken en toekomstige acties te sturen. (Florêncio et al., 2016; Horta et al., 1999).

Bij het catalogiseren moet rekening worden gehouden met mondelinge tradities, verschillende talen en traditionele manieren om kennis door te geven. Het gebruik van video- of audio-opnamen – altijd met toestemming – is een krachtige manier om verhalen te vertellen en de emotionele en zintuiglijke rijkdom van ICE levend te houden. Dit is meer dan een technische taak, het is een gezamenlijke reis van erkenning en waardering van het levende culturele geheugen van een gemeenschap.



Fig. 3 Kantklosschool in Peniche, Portugal. Bron: HIGHRES-archief.

4. Ethiek, culturele rechten en intellectueel eigendom

Samenvatting

Dit hoofdstuk gaat over de fundamentele ethische principes bij het documenteren van immaterieel cultureel erfgoed (ICE), met de nadruk op geïnformeerde toestemming, gemeenschapsovereenkomsten en het bevorderen van lokale autonomie. Het benadrukt het belang van het beschermen van collectieve culturele rechten, gedeeld intellectueel eigendom en digitale rechten in digitale omgevingen, en onderzoekt ook hoe storytelling, wanneer het ethisch en gevoelig wordt gebruikt, het behoud van ICE kan versterken.

Het documenteren van culturele praktijken is niet alleen een technische activiteit. Het gaat om het opbouwen van relaties – het vereist luisteren, verantwoordelijkheid nemen en respect tonen voor de gemeenschappen die de tradities in stand houden. De eerste en belangrijkste stap is het verkrijgen van vrije, voorafgaande en geïnformeerde toestemming. Alle betrokkenen moeten het doel van het werk en de manier waarop het materiaal kan worden gebruikt volledig begrijpen.

Om dit proces te ondersteunen, worden de volgende stappen aanbevolen:

- Gebruik toestemmingsformulieren voor individuen of groepen;
- **Maak gemeenschapsovereenkomsten** waarin wordt uitgelegd hoe audio- en/of beeldopnames zullen worden gebruikt, opgeslagen en geraadpleegd – waarbij altijd rekening wordt gehouden met lokale waarden, ethiek en de besluitvorming van de gemeenschap;
- **Vraag toestemming** voor het gebruik van beelden en stemmen van personen, met name voor audio- en beeldopnames;
- Respecteer collectieve culturele rechten en gedeeld eigendom van het materiaal;
- **Vraag deskundig advies** in gevallen waarin juridische of ethische kwesties een rol spelen.

In de digitale wereld van vandaag is het ook belangrijk om de digitale rechten van gemeenschappen te beschermen, zodat zij zelf kunnen bepalen hoe hun kennis wordt gedeeld en getoond. Richtlijnen zoals de **Europese richtlijn 2019/790** en het **Verdrag van Faro** (2005) bieden belangrijke ondersteuning en streven naar eerlijkheid en empowerment van gemeenschappen.

Websites zoals Europeana.eu geven het goede voorbeeld door ethische regels te hanteren voor het delen van culturele inhoud. Als dit zorgvuldig gebeurt, wordt het documenteren van ICE een krachtige manier om culturen te eren en gemeenschappen de kans te geven hun verhalen met waardigheid en zichtbaarheid te delen.

5. Het waarderen van ICE en hedendaagse uitdagingen

Samenvatting

In dit hoofdstuk wordt besproken hoe ICE kan worden versterkt door middel van onderwijs, duurzaam toerisme, cultuurbeleid en digitale technologieën. Het belicht uitdagingen zoals de leegloop van het platteland en het wegvallen van de overdracht tussen generaties, en stelt gemeenschapsgerichte strategieën voor die zijn gebaseerd op dialoog en collectieve actie.

Het waarderen van immaterieel cultureel erfgoed (ICE) betekent meer dan alleen het vastleggen ervan – het gaat erom gemeenschappen te helpen hun tradities voort te zetten, aan te passen en opnieuw te creëren. Zoals UNESCO (2003) stelt, wordt ICE "voortdurend opnieuw gecreëerd door gemeenschappen en groepen in reactie op hun omgeving, hun interactie met de natuur en hun geschiedenis". Om ICE echt te ondersteunen, moet het worden opgenomen in het onderwijs, duurzaam toerisme, lokale culturele planning en in het verantwoord gebruik van digitale hulpmiddelen die gemakkelijk toegankelijk zijn.

Tegenwoordig staat ICE voor verschillende uitdagingen, zoals het vertrek van mensen uit plattlandsgebieden, mondiale culturele trends, het verlies van kennis die van generatie op generatie wordt doorgegeven en de onzichtbaarheid van traditionele praktijken – vooral in plattlandsgebieden en gemarginaliseerde gebieden. Als reactie hierop ondernemen veel gemeenschappen actie door middel van initiatieven zoals:

- Het organiseren van **intergenerationele workshops** waar ouderen hun kennis delen met jongeren op scholen, in culturele ruimtes of tijdens lokale evenementen;
- Het organiseren **van gemeenschapsfestivals** met een mix van optredens, ambachtelijke en kennisbeurzen en traditionele gerechten;
- **Culturele en eco toeristische routes** creëren die gericht zijn op landelijke praktijken, mondelinge tradities en culturele landschappen;
- Het opzetten van **digitale geheugenbanken** met de gemeenschap om verhalen, liederen, vaardigheden en getuigenissen te verzamelen;
- Het bevorderen van **leeractiviteiten** op basis van lokaal immaterieel cultureel erfgoed om de identiteit en het gevoel van verbondenheid te versterken.

Digitale platforms kunnen ruimte bieden aan gemeenschappen om hun verhalen te delen – met behulp van video's, podcasts en andere formats – en zo hun cultuur te vieren, generaties met elkaar te verbinden en veerkracht op te bouwen. Freire (2005, p. 83) herinnert ons eraan dat "dialogo onmisbaar is voor het cognitieve proces dat de werkelijkheid onthult". Toegepast op ICE betekent dit echt luisteren naar gemeenschappen, hun creativiteit aanmoedigen en overheidsbeleid ondersteunen dat hun tempo, betekenissen en levenswijzen respecteert.



6. Case study: Ecomuseum van Corvo, Portugal

Samenvatting

Het Ecomuseum van Corvo is een initiatief dat participatieve bescherming van ICE bevordert op het meest geïsoleerde eiland van de Azoren. Het brengt lokale kennis in kaart en organiseert gemeenschapsactiviteiten, waarbij het gebied en de bewoners worden gewaardeerd als beheerders van hun eigen cultuur, in overeenstemming met de principes van de sociomuseologie.

Ecomuseum van Corvo (Portugal)

Het Ecomuseum van Corvo, gelegen op het kleinste en meest afgelegen eiland van de Azoren, is een initiatief dat zich richt op het waarderen van ICE, ontstaan uit de wens om traditionele levenswijzen te behouden en door te geven in het licht van ontvolking en de druk van globalisering.

Het Ecomuseum brengt in samenwerking met de lokale gemeenschap kennis en praktijken zoals ambachtelijke visserij, broodbakken en mondelinge tradities met betrekking tot de zee en landbouw in kaart. Het organiseert ook tentoonstellingen, rondleidingen, dialoogcirkels en milieuacties die de band tussen ICE en het landschap van het eiland versterken. Storytelling maakt deel uit van de activiteiten van het Ecomuseum; bewoners delen hun ervaringen, kennis en herinneringen in de eerste persoon, waardoor de band tussen verleden, heden en toekomst wordt versterkt.

Het is een museum zonder muren, waar het grondgebied de collectie vormt en de bewoners de ware curatoren van hun eigen cultuur zijn (Ecoheritage, 2024). Dit perspectief sluit aan bij de principes van de sociomuseologie, namelijk erkenning van het museum als een instrument voor sociale transformatie en gemeenschapsdialoog (Primo & Moutinho, 2020).



Fig. 4 Casa do Tempo, Ecomuseu do Corvo, Portugal. Bron: <https://ecomuseu-corvo.cultura.azores.gov.pt/>

HULPMIDDELEN VOOR ZELFBEOORDELING

VRAGEN VOOR ZELFREFLECTIE

- 1) Wat kenmerkt het immaterieel cultureel erfgoed in uw gemeenschap?
- 2) Welke levende culturele praktijken bestaan er in uw gemeenschap?
- 3) Wie zijn de kennisdragers in uw omgeving?
- 4) Hoe zou u kunnen beginnen met het in kaart brengen van lokaal immaterieel cultureel erfgoed?
- 5) Hoe kan het gebruik van verhalen en vertellingen de erkenning en waardering van ICE in uw gemeenschap versterken?
- 6) Met welke ethische overwegingen moet rekening worden gehouden bij het documenteren van een traditie?
- 7) Wat doet uw gemeenschap al – of wat zou zij kunnen doen – om haar culturele praktijken te behouden?
- 8) Hoe kunnen verschillende generaties worden betrokken bij het erkennen en waarderen van ICE?
- 9) Welke lokale middelen (scholen, verenigingen, openbare ruimtes) kunnen een participatieve inventarisatie ondersteunen?
- 10) Hoe kan ICE een rol spelen bij lokale uitdagingen (werkloosheid, migratie, verlies van identiteit)?

ZELFEVALUATIE TEST

- 1) Tijdens een bezoek aan een traditionele kermis in een plattelandsdorp ziet u hoe oude recepten worden uitgewisseld, muziekoptredens plaatsvinden, lokale ambachtelijke producten worden verkocht en verhalen worden verteld. Deze scène is een voorbeeld van:
 - a) Een vrijetijdsevenement zonder relevantie voor het erfgoed.
 - b) Populaire folklore die losstaat van de levende cultuur.

- c) Een uiting van immaterieel cultureel erfgoed, waarbij meerdere categorieën betrokken zijn, zoals sociale praktijken, podiumkunsten en traditionele kennis.
 - d) Een sporadisch evenement dat weinig relevantie heeft voor ICE-inventarissen.
- 2) Een gemeenschapsgroep besluit om lokale ICE in kaart te brengen door middel van dialoogcirkels met kennisdragers, emotionele mapping en audiovisuele opnames met toestemming. Deze aanpak sluit aan bij:**
- a) Formele technieken die uitsluitend bedoeld zijn voor academisch onderzoek.
 - b) Participatieve methodologieën voor het identificeren van ICE, gebaseerd op luisteren, dialoog en empowerment van de gemeenschap.
 - c) Technische processen onder leiding van specialisten zonder lokale betrokkenheid.
 - d) Archivering voor commerciële of toeristische doeleinden.
- 3) Het grondgebied is de collectie en de inwoners zijn de ware beheerders van hun eigen cultuur. Dit idee, geïnspireerd door het Ecomuseum van Corvo, geeft aan dat:**
- a) Curatie moet worden uitgevoerd door professionele museologen.
 - b) ICE collectief wordt beleefd en opgebouwd, gebaseerd op het dagelijks leven, gemeenschapsbanden en herinneringen.
 - c) Cultuur alleen wordt bewaard als deze intact wordt gehouden door formele instellingen.
 - d) Het traditionele museum effectiever is als het gaat om het behoud van ICE.
- 4) Tijdens een workshop deelt een inwoner kennis over medicinale planten die door haar grootmoeder werden gebruikt. Voordat de facilitator haar op video opneemt, moet hij/zij:**
- a) Snel opnemen om te voorkomen dat de inhoud verloren gaat.
 - b) Indien nodig achteraf toestemming vragen.
 - c) Voorafgaand vrijwillige en geïnformeerde (door duidelijk het doel van de opname uit te leggen) toestemming vragen.
 - d) Formaliteiten vermijden, aangezien het om een mondelinge traditie gaat.



- 5) In een gemeenschap met aanzienlijke migratie van jongeren stelt een school workshops voor met lokale meesters, geheugenbanken en culturele toeristische routes. Deze acties zijn voornamelijk gericht op:
- a) Vervang traditionele praktijken door modernere culturele vormen.
 - b) ICE waarderen en doorgeven, waardoor de banden tussen generaties worden versterkt en het gemeenschapsgevoel wordt bevorderd.
 - c) Van ICE een gecentraliseerde toeristische attractie maken.
 - d) Kennis uitsluitend bewaren in institutionele archieven.

Oplossingen

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) C
- 5) B

Referenties

Raad van Europa. (1992). Europees Verdrag inzake de bescherming van het archeologisch erfgoed (herzien). *European Treaty Series*, 143. <https://rm.coe.int/168007bd25>

Raad van Europa. (2005). Verdrag van Faro inzake de waarde van cultureel erfgoed voor de samenleving. <https://rm.coe.int/1680083746>

EcoHeritage. (2024). *EcoHeritage-project*. EcoHeritage-project. <https://ecoheritage.eu/>

Europese Unie. (2019). Richtlijn (EU) 2019/790 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 betreffende auteursrechten en naburige rechten in de digitale eengemaakte markt en tot wijziging van de Richtlijnen 96/9/EG en 2001/29/EG. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>

Florêncio, S. R. R., Bezerra, J. I. M., Clerot, P., Cavalcante, I. M. P., Silva, J. de S., Long, L., Krohn, E. C. R., Silva, A. P., Medeiros, M. da G., & Dutra, M. V. de M. (2016). *Educação Patrimonial: Inventários Participativos*. IPHAN/MEC. http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/inventariodopatrimonio_15x21web.pdf

Florêncio, S. R. R., Clerot, P., Bezerra, J., & Ramassote, R. (2014). *Educação Patrimonial: Histórico, conceitos e processos*. Iphan. http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/EducPatrimonialweb_final_segunda%20edicao.pdf

Freire, P. (2005). *Pedagogy of the oppressed: 30th Anniversary Edition* (M. B. Ramos, Trad.; 30th anniversary edition). Bloomsbury Publishing. <https://envs.ucsc.edu/internships/internship-readings/freire-pedagogy-of-the-oppressed.pdf>

Horta, M. de L. P., Grunberg, E., & Monteiro, A. Q. (1999). *Guia Básico de Educação Patrimonial*. IPHAN.

Primo, J., & Moutinho, M. (2020). Referências teóricas da Sociomuseologia. In J. Primo & M. Moutinho, *Introdução à Sociomuseologia* (p. 17–34). Lusófona.

Sou, G., Carvalho, J., Cidade, N., & Nico, M. E. (2022). A New Method to Bridge New Materialism and Emotional Mapping: Spatio-Emotional Experiences in Disaster-Affected Brazilian Favelas. *The Qualitative Report*, 27(11), 2432–2445. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5744>

UNESCO. (2003). Conventie voor de bescherming van immaterieel cultureel erfgoed. <https://ich.unesco.org/en/convention>

UNESCO. (2024). *Materiaal voor capaciteitsopbouw*. Immaterieel cultureel erfgoed van UNESCO. <https://ich.unesco.org/en/capacity-building-materials>

Aanvullende bronnen

<https://ich.unesco.org/en/home>

<https://www.ijih.org/>

<https://www.ichngoforum.org/>



HIGHRES

Module 2

SAMENWERKINGSGERICHT BEHEER EN
BETROKKENHEID VAN DE GEMEENSCHAP



Medegefinancierd door
de Europese Unie

Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europese Uitvoerende Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA) weer. Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan ervoor aansprakelijk worden gesteld.



Module 2: Samenwerkingsgericht beheer en betrokkenheid van de gemeenschap

Als je in een gemeenschap woont, weet je dat de relaties tussen de leden ervan sterke banden zijn en dat die essentieel zijn voor een gezonde coexistentie en voor het bereiken van gemeenschappelijke doelen die het leven verbeteren en de cultuur en identiteit van de gemeenschap behouden.



Fig. 1 Verkenning van het gemeenschapsgebied in het Lis Aganis Ecomuseum (Italië).

Deze module gaat over collaboratief beheer en het betrekken van uw gemeenschap bij erfgoedprojecten, met name via ecomusea en andere lokale initiatieven. We zullen bekijken hoe het delen van besluitvorming en het actief betrekken van de lokale bevolking echt kan helpen om zowel de fysieke als de culturele aspecten van erfgoed op een duurzame manier te beschermen.

Je krijgt een mix van theorie en praktische tools om je te helpen begrijpen wat nodig is om erfgoed samen met gemeenschappen te beheren. Aan de hand van voorbeelden en interactieve oefeningen leer je hoe je gemeenschappen kunt ondersteunen bij het opzetten en uitvoeren van hun eigen erfgoedprojecten. De module laat zien dat lokale betrokkenheid niet alleen erfgoed in stand houdt, maar ook duurzaam toerisme kan stimuleren en lokale gebieden kan helpen bloeien.

De module is samengesteld om plattelandsgemeenschappen betere toegang te geven tot kwaliteitsonderwijs, met flexibele online bronnen die voor iedereen toegankelijk zijn.

MODULE-INDEX

Inleiding tot collaboratief beheer	29
1. Samen bloeien we: strategieën voor gemeenschapsbetrokkenheid	31
1.1. Jongeren en vrijwilligers betrekken bij erfgoedprojecten	32
2. Participatief erfgoedbeheer voor duurzaam toerisme en lokale ontwikkeling	34
3. Uitdagingen en oplossingen bij gemeenschapsgericht beheer	37
4. Case studies	40
Hulpmiddelen voor zelfbeoordeling	44
Referenties	44

Inleiding tot collaboratief beheer

Samenvatting

Dit hoofdstuk introduceert het idee van collaboratief beheer in erfgoedbehoud. Het legt de belangrijkste principes uit en waarom het zo belangrijk is, vooral voor ecomusea. Je leert over de verschillende rollen die lokale overheden, ngo's, bedrijven en inwoners spelen wanneer ze samenwerken om cultureel en natuurlijk erfgoed te behouden. We besteden speciale aandacht aan ecomusea die Maggi (2002) omschrijft als "een pact tussen een gemeenschap en haar erfgoed" — een mooi voorbeeld van hoe participatief erfgoedbeheer werkt. Daarnaast bekijken we enkele officiële documenten die duurzaam erfgoedbeheer ondersteunen.

Collaboratief of samenwerkingsbeheer betekent dat verschillende mensen en groepen samen de verantwoordelijkheid delen voor het nemen van beslissingen en het zorgen voor hulpbronnen. In tegenstelling tot de ouderwetse top-downbenadering geeft deze aanpak lokale gemeenschappen de macht om hun erfgoed echt te bezitten en te beschermen, waardoor het lang behouden blijft. Als je nadenkt over hoe je omgaat met je burens of andere leden van je gemeenschap, zul je je realiseren dat relaties die zijn gebaseerd op horizontale, peer-to-peer-verbindingen en een democratische werklogica helpen om gemeenschappelijke doelen te bereiken ten behoeve van de gemeenschap.

Het begrip cultureel erfgoed is in de loop der tijd verbreed. Er zijn tegenwoordig experts uit vele vakgebieden nodig om zowel materiële zaken (zoals gebouwen of artefacten) als immateriële zaken (zoals tradities of verhalen) te beschermen.

Een grote stap voorwaarts was het UNESCO-beleid voor duurzame ontwikkeling van werelderfgoed uit 2015. Dit beleid introduceerde 'duurzaamheid' in de manier waarop we werelderfgoedlocaties conserveren en beheren en maakte duidelijk dat de bescherming van cultureel en natuurlijk erfgoed duurzame ontwikkelingsdoelen moet ondersteunen, precies zoals de Agenda 2030 van de Verenigde Naties aangeeft.

Met dit mondiale beleid als leidraad zullen we, ongeacht het soort erfgoed dat je beheert (materieel of immaterieel, natuurlijk of cultureel, lokaal of regionaal), de belangrijkste ideeën aanstippen die je in gedachten moet houden voor succesvol erfgoedbeheer.

In het beleid van UNESCO zijn vier aspecten leidend die nuttig kunnen zijn om over na te denken als het gaat over participatieve methodologie:

1. Inclusieve sociale ontwikkeling: bevordering van de actieve betrokkenheid van lokale gemeenschappen bij het beheer van locaties, eerbiediging van mensenrechten en inheemse culturen, en intergenerationele gelijkheid.
2. Duurzame economische ontwikkeling: het stimuleren van economische activiteiten die verenigbaar zijn met het behoud van erfgoed, waaronder verantwoord toerisme, lokale ambachten en duurzame landbouw.
3. Ecologische duurzaamheid: de nadruk leggen op de bescherming van de biodiversiteit, verantwoord gebruik van natuurlijke hulpbronnen en veerkracht ten opzichte van klimaatverandering.
4. Vrede en veiligheid: erkenning van erfgoed als instrument voor interculturele dialoog, sociale cohesie en conflictpreventie.

Het beleid van UNESCO is bedoeld om staten, beheerders van erfgoedsites en belanghebbenden te begeleiden naar een geïntegreerde aanpak waarin het behoud van erfgoed en duurzame ontwikkeling elkaar versterken. Succesvolle voorbeelden zijn onder meer partnerschappen tussen gemeenten en lokale verenigingen die ervoor zorgen dat culturele locaties actief en relevant blijven voor zowel de lokale bevolking als bezoekers. Ecomusea kunnen een praktisch voorbeeld zijn van *best practices* op dit gebied, aangezien zij lokale gemeenschappen betrekken bij het behoud en de verbetering van erfgoed, waarbij belanghebbenden op verschillende niveaus (lokaal, nationaal of zelfs internationaal) worden betrokken.



Fig. 2 Verkenning van het grondgebied in het Lis Aganis Ecomuseum, 2021. Bron: Lis Aganis.

1. Samen bloeien we: strategieën voor maatschappelijke betrokkenheid

Samenvatting

Dit hoofdstuk gaat over het betrekken van gemeenschappen bij projecten voor het behoud van erfgoed. We zullen praktische technieken verkennen, zoals participatieve besluitvorming, het verzamelen van mondelinge geschiedenissen en gezamenlijk verhalen vertellen; manieren die mensen helpen zich verbonden te voelen en actief betrokken te zijn bij de bescherming van hun erfgoed.

Het betrekken van de gemeenschap is essentieel voor het opbouwen van een sterke band tussen mensen en hun erfgoed. Technieken zoals participatieve kartering, workshops en storytelling helpen de lokale bevolking om kennis en tradities te delen. Er zijn tal van mooie voorbeelden waarbij ecomusea en andere initiatieven deze methoden hebben gebruikt om levendige, steeds veranderende erfgoedervaringen te creëren waar zowel inwoners als bezoekers baat bij hebben.

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op hoe betrokkenheid van de gemeenschap helpt bij het beschermen van immaterieel cultureel erfgoed. Aan de hand van succesvolle voorbeelden van ecomusea richten we ons op praktische hulpmiddelen zoals mapping, storytelling en workshops die mensen de mogelijkheid bieden om hun erfgoed te documenteren, te interpreteren en levend te houden. Deze inclusieve benaderingen zorgen voor een gedeeld gevoel van eigenaarschap, versterken de banden binnen de gemeenschap en zorgen ervoor dat erfgoed ook vandaag de dag betekenisvol blijft. Voortbouwend op de vier aspecten die we noemden in de vorige paragraaf schetsen we een reeks concepten die we vervolgens toelichten:

- Participatieve besluitvormingsmodellen: Technieken voor inclusief bestuur in erfgoedprojecten, waarbij de stem van de gemeenschap bepalend is voor de uitkomst.
- Gemeenschapskartering en mondelinge geschiedenisprojecten: Praktische methoden voor het documenteren van lokale kennis, landschappen en tradities door middel van het collectief geheugen.
- Betrokkenheid van jongeren, lokale bedrijven en vrijwilligers: Strategieën om diverse leden van de gemeenschap te betrekken bij erfgoedactiviteiten, van co-creatie tot promotie.

1.1 Jongeren en vrijwilligers betrekken bij erfgoedprojecten

Het is niet altijd gemakkelijk om jongeren en vrijwilligers bij erfgoedprojecten te betrekken, maar het is erg belangrijk voor het bereiken van een breed publiek teneinde ervoor te zorgen dat het erfgoed op lange termijn behouden blijft. Het betrekken van

jongeren bij erfgoedbeheer vereist creativiteit en voortdurende inspanningen om de kloof tussen generaties in de gemeenschap te overbruggen. Het betrekken van jongeren en vrijwilligers is essentieel om deze projecten duurzaam en succesvol te maken. Wanneer jongeren helpen bij het beschermen van culturele tradities, helpt dat hen zich verbonden te voelen met hun gemeenschap en trots te zijn op hun lokale erfgoed. Hier zijn enkele acties die kunnen helpen om jongeren te betrekken bij door de gemeenschap geleid erfgoedbeheer:

1. Erfgoedworkshops

Deze bieden jongeren de mogelijkheid om actief deel te nemen aan het behoud en de promotie van cultureel erfgoed. Door deel te nemen aan praktische activiteiten krijgen jongeren een beter begrip van hun erfgoed en worden ze voorstanders van het behoud ervan. Sommige ecomusea gebruiken parochiekaarten om het bewustzijn over het lokale erfgoed te vergroten.



Fig. 3 Middelbare scholieren als erfgoedgidsen in het Ecomuseo Casilino (Rome, Italië, 2021). Bron: Lisa Pigozzi.

2. Samenwerkingen met scholen

Samenwerking met scholen helpt om een breed begrip van erfgoed te integreren, wat kan bijdragen aan het vergroten van het bewustzijn over lokaal erfgoed, zowel

materieel als immaterieel. Leerlingen kunnen deelnemen aan projecten zoals het vastleggen van mondelinge geschiedenissen, het in kaart brengen van lokale bezienswaardigheden of het doen van onderzoek naar tradities in de gemeenschap. Deze partnerschappen leiden jongeren niet alleen op, maar moedigen hen ook aan om een actieve rol te spelen in het behoud van de lokale cultuur.

3. Digitale engagementcampagnes

Met de opkomst van digitale media wordt steeds meer gebruikgemaakt van sociale platforms om in contact te komen met een jonger publiek. Digitale storytelling, virtuele rondleidingen en online erfgoeduitdagingen stellen jongeren in staat om op innovatieve manieren met hun cultureel erfgoed om te gaan. Deze campagnes vergroten het bereik van erfgoedprojecten en stimuleren een wereldwijde discussie over het belang van het behoud van tradities.

Door deze strategieën toe te passen, worden toekomstige generaties niet alleen geïnformeerd over hun erfgoed, maar ook actief betrokken bij het behoud ervan. Vrijwilligers, met name jongeren, worden de drijvende kracht achter een duurzame en dynamische erfgoedbeweging. Vrijwilligerswerk is hier een manier om studenten verschillende werkperspectieven te bieden.

2. Participatief erfgoedbeheer voor duurzaam toerisme en lokale ontwikkeling

Samenvatting

Door de toename van communicatie en het brede aanbod aan reismogelijkheden, zowel tussen landen als binnen een regio, hebben sommige plaatsen te maken gekregen met een overweldigende toename van het toerisme, wat vaak negatieve gevolgen heeft voor de lokale gemeenschappen die de toeristen ontvangen. Maar wat als we ons een vorm van toerisme voorstellen die de gastheer geen schade berokkent, maar juist deel uitmaakt van het lokale leven en de lokale identiteit?

In dit hoofdstuk wordt gekeken hoe collaboratief beheer kan bijdragen aan duurzaam toerisme. Er wordt aandacht besteed aan manieren om een evenwicht te vinden tussen het verwelkomen van bezoekers en het welzijn van de gemeenschap. Ook wordt duidelijk hoe het betrekken van de lokale bevolking culturele ervaringen authentieker en betekenisvoller maakt.

Het betrekken van lokale gemeenschappen bij het beheer van hun erfgoed is essentieel voor het opbouwen van duurzaam toerisme en het stimuleren van lokale ontwikkeling. Wanneer mensen inspraak hebben in het behoud en de promotie van hun culturele en natuurlijke rijkdommen, worden de voordelen van toerisme eerlijk verdeeld en spelen de lokale bewoners een centrale rol in beslissingen over hun erfgoed.

Ecomusea spelen bijvoorbeeld een grote rol in het aanmoedigen van lokale bedrijven om ambachtelijke producten te verkopen of traditionele eetervaringen of rondleidingen onder leiding van lokale bewoners aan te bieden. Praktijkvoorbeelden laten zien hoe deze inspanningen gemeenschappen helpen economisch sterk te blijven en tegelijkertijd hun cultuur levend te houden.

1. Betrokkenheid van de gemeenschap bij de besluitvorming:

Bij deze aanpak nemen gemeenschappen actief deel aan het opsporen, beschermen en tentoonstellen van hun erfgoed. Via lokale raden, vergaderingen en workshops kunnen inwoners mee beslissen over hoe hun erfgoed wordt verzorgd en gebruikt. Op deze manier weerspiegelen erfgoedprojecten echt de waarden, behoeften en verwachtingen van de gemeenschap.

2. Erfgoed als instrument voor duurzaam toerisme:

Toerisme bloeit wanneer de lokale bewoners zich gesterkt voelen om hun erfgoed te beheren en uit te leggen. Het stimuleren van verantwoord toerisme dat tradities en het milieu respecteert, helpt de culturele en natuurlijke integriteit van het gebied te beschermen. Het moedigt bezoekers ook aan om op een zinvolle manier in contact te

komen met de lokale cultuur, wat een win-winsituatie oplevert voor zowel toeristen als bewoners.



Fig. 4 Verkenning van het gebied in het Lis Aganis Ecomuseum, 2021. Bron: Lis Aganis.

3. Economische voordelen voor lokale ontwikkeling:

Wanneer gemeenschappen het beheer van erfgoed op zich nemen, kunnen ze daar direct van profiteren, of dat nu is door rondleidingen te geven, ambachtelijke producten te verkopen of gastvrijheid te bieden. Dit helpt bij het opbouwen van een duurzame lokale economie, waardoor gemeenschappen meer onafhankelijkheid krijgen en hun cultureel en natuurlijk erfgoed op de lange termijn in stand blijft.

Door participatief erfgoedbeheer in toeristische plannen te integreren, worden gemeenschappen sterker en veerkrachtiger. Deze aanpak beschermt het cultureel

erfgoed en ondersteunt een toeristisch model dat inclusief, duurzaam en gunstig is voor alle betrokkenen.

3. Uitdagingen en oplossingen bij gemeenschapsgericht beheer

Samenvatting

Participatief beheer biedt veel voordelen, maar kent ook uitdagingen. Kwesties als tegenstrijdige belangen, beperkte financiering en ingewikkelde governance kunnen een belemmering vormen. In dit hoofdstuk worden deze problemen onder de loep genomen en worden enkele slimme oplossingen aangedragen. Enkele van de grootste hindernissen zijn het jongleren met de verwachtingen van verschillende belanghebbenden, het vinden van stabiele financiële steun en het omgaan met burn-out bij vrijwilligers. Om deze uitdagingen aan te pakken, is het belangrijk om een duidelijk en open besluitvormingsproces te hebben, diverse financieringsopties te verkennen en te investeren in training en capaciteitsopbouw. We kijken ook naar lessen uit praktijkvoorbeelden uit de hele wereld die laten zien hoe gemeenschappen deze obstakels met succes hebben overwonnen.

Participatief erfgoedbeheer is essentieel voor het levend houden van erfgoed en voor het stimuleren van lokale ontwikkeling. Maar dat is niet altijd gemakkelijk. Er zijn een aantal veelvoorkomende uitdagingen waar gemeenschappen mee te maken hebben, die we hieronder beschrijven samen met mogelijke oplossingen:

1. Uitdaging: gebrek aan middelen

Vrijwilligers helpen veel, maar langetermijnfinanciering is essentieel voor duurzaamheid. Samenwerking met overheidsinstanties, ngo's en internationale organisaties zoals UNESCO kan zowel financiering als expertise opleveren. Lokale

bedrijven en touroperators kunnen ook geweldige bondgenoten zijn en inkomstenstromen creëren waarmee men erfgoedprojecten kan ondersteunen.

2. Uitdaging: belangenconflicten binnen de gemeenschap

Bij erfgoedprojecten zijn vaak veel mensen met verschillende belangen betrokken, hetgeen tot conflicten kan leiden. Het is belangrijk om iedereen bij de besluitvorming te betrekken. Door overleg en het organiseren van gemeenschapsbijeenkomsten en workshops kunnen verschillende standpunten worden gebundeld en zorg je ervoor dat bij beslissingen rekening wordt gehouden met ieders perspectief. Deze open communicatie kan voorkomen dat meningsverschillen uitgroeien tot grotere problemen.



Fig. 5 Erfgoedidentificatie met middelbare scholieren in Ecomuseo Casilino, 2021.

3. Uitdaging: beperkte capaciteit en kennis

Soms beschikken gemeenschappen niet over de technische vaardigheden of kennis om erfgoedsites effectief te beheren, vooral als ze (nog) niet betrokken zijn bij het erkennen van hun erfgoed. Hoewel het moeilijk is om iedereen te betrekken, is het voor een goed behoud en duurzame praktijken beter om een breed publiek te bereiken. Het

aanbieden van trainingen en workshops kan de vaardigheden van de gemeenschap vergroten. Het inschakelen van experts, zoals natuurbeschermers of toerismemanagers, om de lokale bevolking te begeleiden helpt ook om meer kennis en vertrouwen op te bouwen.

4. Uitdaging: overtoerisme en commercialisering

Toerisme kan de lokale economie zeker een impuls geven, maar kan ook schade toebrengen aan cultureel erfgoed. Bijvoorbeeld als teveel mensen tegelijk het cultureel erfgoed bezoeken, en/of als de ervaring ervan minder authentiek voelt. Daarom is duurzaam toerisme zo belangrijk. Dit betekent dat het aantal bezoekers zorgvuldig moet worden beheerd, bijvoorbeeld door toeristen aan te moedigen om buiten het hoogseizoen te komen, en ervoor moet worden gezorgd dat de lokale gemeenschap een eerlijk deel van de voordelen krijgt. Het vinden van de juiste balans tussen het verwelkomen van bezoekers en het beschermen van erfgoed is essentieel.

5. Uitdaging: zorgen voor duurzaamheid op lange termijn

Om gemeenschapsprojecten op het gebied van erfgoed op de lange termijn in stand te houden, zijn planning en toewijding nodig. Zonder deze factoren kunnen projecten aan kracht inboeten of zelfs mislukken. Het opzetten van formele groepen, zoals commissies voor erfgoedbeheer, kan structuur bieden en ervoor zorgen dat vooruitgang wordt geboekt. Het is ook belangrijk om duidelijke juridische ondersteuning te hebben en langdurige partnerschappen aan te gaan met organisaties of lokale autoriteiten om ervoor te zorgen dat de projecten blijven bestaan en blijven bloeien.

Hoewel beheer door de gemeenschap uitdagingen met zich meebrengt, liggen de oplossingen in het bevorderen van samenwerking, het opbouwen van lokale capaciteit, het veiligstellen van middelen en het zorgen dat zowel de lokale gemeenschap als de erfgoedsite floreren. Hierdoor kunnen gemeenschappen eigenaarschap nemen over hun cultureel erfgoed en duurzame, dynamische erfgoedtoeristische ervaringen creëren waar alle betrokkenen baat bij hebben.

4. Casestudies

Samenvatting

In dit deel kijken we naar vier lokale projecten – twee in Spanje en twee in Nederland – die succesvol laten zien hoe gemeenschappen zich inzetten voor initiatieven waarbij immaterieel cultureel erfgoed bijdraagt aan zowel de ontwikkeling als het welzijn van hun leden.

1. "Raíces": empowerment van gemeenschapsverhalen door middel van collaboratieve kunst, Spanje

Raíces is een gemeenschapsonderzoeksproject onder leiding van masterstudenten Esthetische Educatie aan de Universiteit van Jaén, Spanje. Het vond plaats in de stad Alcaudete, waar lokale bewoners werden uitgenodigd om hun persoonlijke verhalen, herinneringen en traditionele ambachten te delen. In nauwe samenwerking met de buurtvereniging Fuente Zaide werden deze verhalen verzameld en omgezet in een



Fig. 6 Project "Raíces". Bron: HIGHRES Good Practices Handbook, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

digitale documentaire die het immaterieel cultureel erfgoed van de gemeenschap bewaart en viert. Door middel van participatieve kunst en storytelling heeft Raíces mensen bij elkaar gebracht, de inwoners een sterkere stem gegeven en de lokale identiteit versterkt. Door traditionele kennis te combineren met digitale hulpmiddelen laat het project zien hoe samenwerking het cultureel erfgoed kan beschermen. Het benadrukt ook hoe partnerschappen tussen universiteiten en gemeenschappen veerkracht kunnen opbouwen, intergenerationele verbindingen kunnen stimuleren en duurzame ontwikkeling kunnen ondersteunen – allemaal factoren die kunnen bijdragen aan het bevorderen van lokaal toerisme en economische groei.

2. "Vientos del Tiempo": mondelinge tradities nieuw leven inblazen door middel van theater en digitale media, Spanje



Fig. 7 Project "Vientos del Tiempo". Bron: HIGHRES Good Practices Handbook, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

"Vientos del Tiempo" is een cultureel project uit Torredonjimeno, Spanje, dat lokale mondelinge tradities en erfgoed nieuw leven inblaast met behulp van theater en digitale media. Deze non-profitorganisatie betreft de gemeenschap bij het project door middel van gedramatiseerde verhalen, rondleidingen en audiovisuele werken om regionale verhalen, gebruiken en historische figuren levend te houden. Door liveoptredens te combineren met moderne platforms zoals tv en sociale media, maken ze traditionele verhalen fris en spannend, vooral voor een jonger publiek. Enkele hoogtepunten zijn de serie "Tiempo de Navidad" en de samenwerking met TikTok-influencers om de lokale geschiedenis op een leuke manier te verspreiden. Dit project versterkt niet alleen de culturele trots en de banden tussen generaties, maar helpt ook het toerisme door erfgoedervaringen

toegankelijker en boeiender te maken. "Vientos del Tiempo" laat zien hoe storytelling in combinatie met digitale hulpmiddelen immaterieel erfgoed kan beschermen en tegelijkertijd de gemeenschapszin kan versterken en de lokale groei kan ondersteunen.

3. Spotting Intangible Heritage, Nederlands



Fig. 8 Project Spotting Intangible Heritage. Bron: webpagina van het Nederlands Centrum voor Immaterieel Cultureel Erfgoed,

Spotting Intangible Heritage is een cool project van het Nederlands Centrum voor Immaterieel Cultureel Erfgoed, onderdeel van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Het doel is om mensen in heel Nederland meer bewust te maken van immaterieel cultureel erfgoed (ICH). Borden met QR-codes worden in dorpen, steden en bij culturele bezienswaardigheden geplaatst. Bezoekers kunnen de QR-code scannen om digitale verhalen over lokale tradities en gebruiken te ontdekken. Wat echt bijzonder is, is hoe deze verhalen tot stand komen: het Kenniscentrum begint met een basisscript, maar vervolgens voegen lokale gemeenschappen hun eigen persoonlijke verhalen en ervaringen toe. Deze samenwerking tussen bewoners, schrijvers en mediaprofessionals zorgt ervoor dat de inhoud authentiek en boeiend is. Door technologie te combineren met echte stemmen uit de gemeenschap helpt Spotting

Intangible Heritage de lokale cultuur tot leven te brengen en mensen meer verbonden te maken met de plek waar ze wonen. <https://www.immaterieelerfgoed.nl/en/spotten>

4. Het Nationaal Holocaustmuseum

Het National Holocaust Museum hanteert een praktische aanpak door overlevenden van de Holocaust en hun families rechtstreeks te betrekken bij het samenstellen van de tentoonstellingen. Overlevenden delen hun persoonlijke verhalen en ervaringen en dragen zo bij aan het verhaal dat het museum wil vertellen. Deze samenwerking zorgt ervoor dat de tentoonstellingen authentiek en ontroerend blijven, terwijl tegelijkertijd de stemmen van degenen die de Holocaust hebben meegemaakt worden geëerd. <https://jck.nl/en/location/national-Holocaust-museum>



Fig. 9 Het Nationaal Holocaustmuseum. Bron: Foto door Mike Bink, HIGHRES Good Practices Handbook, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

HULPMIDDELEN VOOR ZELFBEOORDELING

VRAGEN VOOR ZELFREFLECTIE

- 1) Waarom is participatief beheer belangrijk voor de duurzaamheid van erfgoed?
- 2) Wat zijn de belangrijkste uitdagingen voor maatschappelijke betrokkenheid bij erfgoedprojecten?
- 3) Hoe kunnen lokale bedrijven bijdragen aan duurzaam toerisme?
- 4) Welke participatiestrategieën zou je toepassen om jongeren bij een erfgoedproject te betrekken?
- 5) Waarin verschilt een door de gemeenschap geleid toerisme van traditionele toerismemodellen?
- 6) Welke bestuursstructuren kunnen een effectieve samenwerking tussen belanghebbenden ondersteunen?

ZELFEVALUATIE TEST

- 1) Wat is het primaire doel van participatief beheer?
 - a) Versterking van de controle door de overheid
 - b) Het bevorderen van massatoerisme
 - c) Het versterken van lokale gemeenschappen
 - d) Het verminderen van culturele diversiteit
- 2) Waar of niet waar: Duurzaam toerisme geeft altijd voorrang aan economische groei boven cultureel behoud.
 - a) Waar
 - b) Onwaar
- 3) Welke van de volgende opties is geen strategie voor gemeenschapsbetrokkenheid?

- a) Participatieve kartering
- b) Mondelinge geschiedenisprojecten
- c) Lokale belanghebbenden uitsluiten van besluitvorming
- d) Samenwerken aan het vertellen van verhalen

4) Wat is een grote uitdaging bij gezamenlijk beheer?

- a) Ervoor zorgen dat alle belanghebbenden een stem hebben
- b) Beperkte financiële middelen
- c) Complexiteit van het bestuur
- d) Al het bovenstaande

5) Waar of niet waar: Ecomusea zijn gebaseerd op een hiërarchisch managementmodel.

- a) Waar
- b) Onwaar

Oplossingen

- 1) C
- 2) B
- 3) C
- 4) D
- 5) B

Referenties

Maggi, M. (2002). *Ecomusea: Europese gids*. Turijn, Italië: Umberto Allemandi.

UNESCO-richtlijnen voor duurzaam toerisme. Beschikbaar op:
www.unesco.org/tourism

UNESCO-beleid inzake werelderfgoed en duurzame ontwikkeling. Beschikbaar op:
<https://whc.unesco.org/en/activities/948/>

Aanvullende bronnen

Concomitentes: Bevordert het creëren van kunstwerken en bemiddelt bij onderhandelingen tussen burgerpromotors en kunstenaars.
<https://concomitentes.org/en/>

UNESCO-training over collaboratief en geïntegreerd beheer van beschermde landschappen en erfgoedlandschappen. <https://whc.unesco.org/en/collaborative-management-training/>

Daniel and Nina Carasso Foundation: zet zich in op het gebied van burgerkunst, voor de ontwikkeling van kritisch denken en de versterking van de sociale cohesie.
<https://www.fondationcarasso.org/la-fondation/nos-modes-d-action/>

Framer Framed: Platform voor hedendaagse kunst, visuele cultuur en kritische theorie en praktijk. <https://framerframed.nl/en/community-learning/>



HIGHRES

Module 3

BEVORDERING VAN EEN CULTUUR
VAN INNOVATIE EN CREATIVITEIT



Medegefinancierd door
de Europese Unie

Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europese Uitvoerende Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA) weer. Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan ervoor aansprakelijk worden gesteld.

MODULE 3: Bevordering van een cultuur van innovatie en creativiteit

Wanneer een project binnen een gemeenschap van start gaat, beginnen ideeën te stromen. Er rijzen vragen, doelen worden geschetst en behoeften ontstaan. Na verloop van tijd beginnen al deze elementen zich met elkaar te verweven en op zinvolle wijze met elkaar te verbinden om een gemeenschappelijk doel vorm te geven. En dan komt dat spannende moment waarop we beslissen *hoe* we dat doel gaan realiseren en *welke middelen* we gaan gebruiken om het tot leven te brengen.



Fig. 1 Folgarosa gaat naar het Museu de Arte Popular Portuguesa, Performance en opening van het collectieve werk van Folgarosa. Bron: Gil de Lemos, <https://www.museunaaldeia.pt/obras/folgarosa-vai-ao-museu-de-arte-popular-portuguesa/>

Deze module nodigt je uit om na te denken over hoe je een cultuur van innovatie kunt bevorderen op basis van aandachtig luisteren, creativiteit en waardering voor lokale kennis. We presenteren theoretische grondslagen en praktische wegen om innovatie te bevorderen in zowel gemeenschaps- als institutionele contexten, met de nadruk op het creëren van innovatieruimtes die gestructureerd, transparant en participatief zijn. In de module komen samenwerkingsmethodologieën, participatieve

managementpraktijken en digitale tools (zoals Padlet, Miro, Trello en ClickUp) die het vastleggen en monitoren van ideeën ondersteunen aan bod, evenals het creëren van fysieke en virtuele co-creatieruimtes, waardoor banden, een gevoel van verbondenheid en collectieve daadkracht worden versterkt. Aan het einde word je uitgenodigd om samen met de gemeenschap innovatieve acties te bedenken en te ontwikkelen, met respect voor het gebied, het immaterieel cultureel erfgoed en samenwerkingswaarden.

MODULE-INDEX

Inleiding	51
1. Cultuur van innovatie en creativiteit	51
2. Een innovatieve ruimte organiseren in de gemeenschap	54
2.1.Waarom en hoe een innovatieafdeling in een instelling opzetten	55
3. Methoden om collectieve innovatie te stimuleren	58
4. Digitale tools en innovatieplatforms	59
5. Duurzaamheid, samenwerking en praktische toepassing	59
5.1.Praktische manieren om een innovatiecultuur te ontwikkelen	60
6. Case studies	61
Hulpmiddelen voor zelfbeoordeling	64
Referenties	67

Inleiding

Samenvatting

Deze module introduceert strategieën om een innovatiecultuur in plattelandsgemeenschappen te bevorderen door middel van aandachtig luisteren, creativiteit en waardering voor lokale kennis. Er worden digitale hulpmiddelen en participatieve methoden gepresenteerd die dit proces kunnen ondersteunen, samen met een inspirerende case study. We verwachten dat je aan het einde van de module gemotiveerd bent om innovatieve en duurzame acties te ontwikkelen met jouw gemeenschap.

Hoe kunnen we samenwerken om de uitdagingen in onze gemeenschappen op te lossen? Welke instrumenten biedt het heden ons om op een horizontale, inclusieve manier samen te werken? Dit zijn enkele van de vragen waarover we kunnen nadenken bij de start van module 3 van deze training.

Deze module nodigt je uit om na te denken over hoe je een cultuur van innovatie en creativiteit in plattelandsgebieden kunt stimuleren door immaterieel cultureel erfgoed te waarderen door middel van samenwerking, actief luisteren en het uitproberen van nieuwe ideeën – altijd met de lokale context en bestaande instellingen in gedachten.

Geïnspireerd door denkers als Henry Chesbrough (2003), Paulo Freire (2005), René Barbier (1998), Judite Primo en Mário Moutinho (2021) kijken we naar manieren om gezamenlijke inspanningen te ondersteunen die een verschil maken in de samenleving en cultuur. Het soort innovatie waarop we ons richten, groeit door participatie, open gesprekken en respect voor verschillende perspectieven.

Naast het bespreken van deze ideeën benadrukt deze module de noodzaak om structuren op te zetten, die mensen autonomie geven en duidelijke wegen bieden voor betrokkenheid en follow-up. Digitale platforms zoals Padlet, Miro, Trello en vooral ClickUp worden geïntroduceerd als nuttige hulpmiddelen voor het samen plannen, ontwikkelen en uitvoeren van ideeën.

Aan het einde van de module hopen we dat je geïnspireerd bent om innovatieve, gemeenschapsgerichte acties te bedenken en uit te voeren die het lokale erfgoed waarderen en beschermen.

1. Cultuur van innovatie en creativiteit

Samenvatting

In dit hoofdstuk reflecteren we op de concepten en betekenissen van het bevorderen van een cultuur van innovatie in gemeenschapscontexten. Innovatie gaat verder dan technologieën en nieuwe trends: het komt voort uit aandachtig luisteren, experimenteren en het erkennen van lokale kennis. Je wordt uitgenodigd om het creatieve potentieel binnen je eigen gemeenschap te verkennen en innovatie te begrijpen als een collectieve, collaboratieve praktijk die diep geworteld is in het gebied.

Innovatie in onze gemeenschappen gaat verder dan het introduceren van nieuwe technologieën of trends. Het begint met echt luisteren, lokale kennis waarderen en samen oplossingen bedenken die aansluiten bij ervaringen uit het echte leven. Geïnspireerd door de ideeën van Paulo Freire (2014) en René Barbier (1997) betekent innovatie een dialoog aangaan met het land en zijn mensen, waarbij ethisch en empathisch luisteren de eerste stap naar verandering is.

Op deze manier gaat een cultuur van innovatie niet alleen over het bedenken van iets nieuws. Het gaat ook over het terugbrengen van tradities, het heroverwegen van dagelijkse gewoontes en het gebruiken van verschillende soorten kennis om gemeenschappelijke uitdagingen aan te gaan. Creativiteit wordt gezien als iets dat we samen in de loop van de tijd opbouwen, ondersteund door ruimtes die verbeelding, dingen uitproberen, fouten maken en gaandeweg leren verwelkomen.

Verwijzend naar het idee van een innovatiecultuur in musea (Eid & Forstrom, 2021) zien we dat wanneer omgevingen openstaan voor participatie, samenwerking en diversiteit, ze mensen aanmoedigen om mee te doen en flexibeler te worden. Maar om innovatie echt vorm te laten krijgen, is het belangrijk om sterke institutionele ondersteuning te hebben die helpt bij het organiseren, onderhouden en begeleiden van deze inspanningen.



Fig. 2 Co-criacao na aldeia. Processo criativo da obra de Folgarosa. Bron: SAMP-11, <https://www.museunaaldeia.pt/obras/folgarosa-vai-ao-museu-de-arte-popular-portuguesa/>

Daarom kan het opzetten van een innovatieafdeling een groot verschil maken: een team dat zich hierop richt, idealiter met een eigen budget en de juiste tools om actief luisteren te bevorderen, voorstellen te beheren en de voortgang van nieuwe ideeën duidelijk te volgen.

Het stimuleren van een innovatiecultuur betekent het opbouwen van vertrouwen, het erkennen van de kracht van collectieve creativiteit en het kiezen voor participatief leiderschap als een manier om positieve verandering teweeg te brengen – met zorg, openheid en de moed om op basis van echte ervaringen een nieuwe start te maken.

2. Een innovatieve ruimte organiseren in de gemeenschap

Samenvatting

Dit hoofdstuk nodigt je uit om na te denken over hoe je ruimtes – fysiek of digitaal – kunt creëren die innovatie bevorderen. Meer dan infrastructuur alleen, vereisen deze ruimtes luisteren, vertrouwen en inclusie. Ook bespreken we strategieën om alledaagse omgevingen om te vormen tot plaatsen voor creatieve en participatieve ontmoetingen en presenteren we het voorstel om binnen instellingen een innovatieafdeling op te richten als een manier om innovatieve praktijken te institutionaliseren en gestructureerde, collaboratieve en duurzame participatie te bevorderen.

Meer dan technologie of fysieke structuren ligt de echte kracht van een idee in de sterkte van de relaties die het ondersteunen. Innovatie groeit op plaatsen – zowel face-to-face als online – waar mensen zich gehoord, betrokken en gemotiveerd voelen om samen te creëren. Deze plaatsen kunnen scholen, musea, gemeenschapsgroepen, openbare pleinen of digitale netwerken zijn. Als je actief betrokken bent bij je gemeenschap, weet je dat deze praktijken en ruimtes om samen te komen een normaal onderdeel zijn van het dagelijks leven.

Innovatielaboratoria, interactieve ruimtes of online platforms kunnen uitgroeien tot knooppunten voor actief luisteren, co-creatie en open gesprekken. Om deze ruimtes meer structuur en langdurige impact te geven, kunnen ze formeel worden opgezet als een innovatieafdeling – met een duidelijke structuur, een team, een budget, doelstellingen en een coördinator die verantwoordelijk is voor het begeleiden en stimuleren van het proces.

Deze afdeling moet een veilige, inclusieve en transparante omgeving zijn, die ook mensen van buiten de instelling verwelkomt. Haar rol is om verschillende initiatieven

en sectoren met elkaar te verbinden, gedeelde ideeën te ondersteunen en een innovatiecultuur te stimuleren die geworteld is in luisteren en gedeeld leiderschap.

Zoals Henry Chesbrough (2003) aangeeft, kunnen goede ideeën overal vandaan komen, zolang de omgeving maar open, collaboratief en inclusief is. Ruimte creëren voor innovatie betekent ervoor zorgen dat elke stem telt – dit is een politieke keuze, een creatieve inspanning, nauw verbonden met de plek waar het gebeurt.

2.1 Een innovatieve ruimte organiseren in de gemeenschap

Een innovatieafdeling helpt een instelling om te vormen tot een meer creatieve, meer samenwerkingsgerichte en responsieve ruimte – een ruimte die echt aansluit bij de behoeften van de mensen die zij bedient. Dit kan van toepassing zijn op musea, verenigingen, gemeenschapsgroepen, netwerken of elk ander collectief initiatief. Het stimuleert participatie, organiseert ideeën en ondersteunt gedeelde oplossingen voor zowel interne als externe uitdagingen.

Naast het transparant beheren van voorstellen leidt de afdeling doorlopende trainingsinspanningen en bouwt zij sterkere banden op met de gemeenschap, waarbij zij ervoor zorgt dat haar acties de sociale missie van de instelling weerspiegelen. Kortom, zij stelt innovatieve ideeën voor die een echte impact hebben, gebaseerd op de lokale realiteit en de ervaringen van mensen, ondersteunt deze, voert ze uit en evalueert ze.

Hoe zet je het op?

- **Bepaal het doel:** denk na over de belangrijkste uitdagingen van de gemeenschap. De innovatieafdeling moet helpen bij het verbeteren van processen, het waarderen van ideeën, het luisteren naar mensen en het stimuleren van zinvolle veranderingen.
- **Maak het officieel:** richt de afdeling formeel op, met een naam, een duidelijke missie en een aangewezen ruimte (fysiek of digitaal). Het is belangrijk om iemand aan te wijzen die de acties coördineert, mobiliseert en opvolgt.

- **Zorg voor ondersteuning en structuur:** reserveer indien mogelijk een budget, stel een ondersteuningsteam samen en zorg ervoor dat de afdeling wordt erkend en met iedereen in contact staat.
- **Gebruik samenwerkingsplatforms:** tools zoals ClickUp, Miro en Trello kunnen helpen bij het verzamelen van ideeën, het beheren van projecten en het transparant houden van het proces.
- **Nodig iedereen uit om deel te nemen:** bied iedereen de mogelijkheid om deel te nemen, inclusief medewerkers, leden van de gemeenschap, partners, museumbezoekers en publieke of private instellingen die geïnteresseerd zijn in culturele projecten. Dit zorgt voor een cultuur van luisteren en open innovatie.
- **Houd de voortgang bij en vier successen:** houd bij wat er is geleerd, evalueer de resultaten en erken ieders inspanningen. Ontwikkel en voer een strategisch plan uit op basis van deze ervaringen.

3. Methoden om collectieve innovatie te stimuleren

Samenvatting

In dit hoofdstuk verken je participatieve methodologieën die helpen om ideeën om te zetten in acties. Tools zoals design thinking, empathiekaarten en co-creatie workshops worden gepresenteerd als manieren om samenwerking en collectieve oplossingsgerichtheid te stimuleren. We zullen nadenken over hoe we deze methoden kunnen aanpassen aan de realiteit van elke gemeenschap, met respect voor lokale kennis en praktijken.

Collectieve innovatie vindt vaak plaats wanneer mensen samenkomen om te luisteren, te fantaseren, ideeën uit te wisselen en als groep actie te ondernemen. Om dit echt te laten werken, is het belangrijk om methoden te gebruiken die participatie, dialoog en creativiteit ondersteunen – kernelementen van participatief management.

Deze benaderingen moeten deel uitmaken van de innovatieafdeling, die een sleutelrol speelt bij het stimuleren en begeleiden van deze processen. Deze afdeling kan trainingen, bijeenkomsten en activiteiten organiseren die het gebruik van deze instrumenten bevorderen en helpen een sterke, collaboratieve innovatieomgeving in stand te houden. Heb je ooit deelgenomen aan een eenvoudig groepsgesprek dat een krachtig idee heeft opgeleverd?

In navolging van de ideeën van auteurs als Demo (2021) en Tenório (1998) erkennen we dat innovatie afhankelijk is van actief luisteren, gedeelde verantwoordelijkheid en respect voor verschillende manieren van kennis.

Hier zijn enkele nuttige methoden:

- **Design Thinking** – Een mensgericht proces dat zich richt op empathie en het testen van nieuwe ideeën. (Meer over Design Thinking in module 6)
- **Empathie kaarten** – Een hulpmiddel om beter te begrijpen hoe deelnemers zich voelen en dingen zien.
- **Co-creatie Workshops** – Ruimtes waar samen oplossingen worden bedacht, gebaseerd op gedeelde ervaringen.
- **Gesprekscirkels** – Open, respectvolle gesprekken waarin lokale kennis wordt gewaardeerd.
- **Visuele en zintuiglijke activiteiten** – Creatieve manieren om ideeën uit te drukken en te verkennen.

Storytelling (Lambert & Hessler, 2018) kan ook een krachtige manier zijn om betekenis te geven aan ervaringen en gemeenschappen dichter bij elkaar te brengen. In dit licht is innovatie niet alleen een kwestie van ideeën, maar een gezamenlijke reis van luisteren, creëren en transformeren.

4. Digitale hulpmiddelen en innovatieplatforms

Samenvatting

Dit hoofdstuk presenteert digitale hulpmiddelen die de organisatie, monitoring en samenwerking van innovatieve projecten ondersteunen. Tot de aanbevolen hulpmiddelen behoren Padlet, Miro, Trello en ClickUp, die nuttig zijn voor het vastleggen van ideeën, het plannen van acties en het stimuleren van collectieve participatie. Het onderzoekt ook de strategische rol van de innovatieafdeling bij het bemiddelen in deze processen, zodat voorstellen niet verloren gaan, maar zich met duidelijkheid en gedeelde verantwoordelijkheid ontwikkelen. Het gebruik van technologie moet worden aangepast aan de lokale context en altijd ten dienste staan van inclusie, actief luisteren en co-creatie.

Het gaat niet alleen om het bedenken van nieuwe ideeën, maar ook om het ondersteunen van de ontwikkeling ervan, het opbouwen van sterke banden en het samenwerken om ze te realiseren. Om dit te bereiken zijn actieve betrokkenheid van deelnemers, het gebruik van digitale tools en solide institutionele ondersteuning – met name via de innovatieafdeling – essentieel.

Deze afdeling moet creatieve processen begeleiden en ondersteunen, en ervoor zorgen dat voorstellen worden gedocumenteerd, opgevolgd en ontwikkeld met duidelijkheid, respect en gedeelde verantwoordelijkheid. Met behulp van digitale hulpmiddelen wordt het gemakkelijker om ideeën te ordenen, taken toe te wijzen, de communicatie op gang te houden en de consistentie in de loop van de tijd te behouden.

Wanneer deze op een doordachte manier worden gebruikt, helpen ze de participatie te vergroten en het proces van het samen ontwikkelen van ideeën zichtbaarder te maken. Zoals Eid & Forstrom (2021) aangeven, moet digitale innovatie de interacties

in de echte wereld versterken – en niet vervangen – waarbij de focus altijd ligt op inclusie, luisteren en teamwork.

Bij de introductie van technologie is het belangrijk om rekening te houden met de lokale situatie: internettoegang, beschikbare apparaten en hoe vertrouwd mensen zijn met het gebruik van digitale hulpmiddelen. Door basisondersteuning en begrijpelijke training aan te bieden, voelt iedereen zich zelfverzekerd en veilig bij deelname.

Hier zijn enkele eenvoudige en gebruiksvriendelijke platforms:

- **Padlet** – Een gedeeld digitaal bord voor teksten, afbeeldingen, video's en audio.
- **Miro** – Een visuele ruimte voor planning, samenwerking en het uitwerken van ideeën.
- **Trello** – Een tool voor het bijhouden van taken en het instellen van deadlines.
- **ClickUp** – Een compleet platform voor transparant en groepsgebaseerd projectbeheer.

Technologie moet meer doen dan alleen apparaten met elkaar verbinden, het moet mensen samenbrengen – met zorg, aandacht en respect.

5. Duurzaamheid, samenwerking en praktische toepassing

Samenvatting

Dit hoofdstuk gaat over hoe innovatie haalbaar en duurzaam kan worden gemaakt. Duurzaamheid beperkt zich hier niet tot bewust gebruik van hulpbronnen, maar omvat ook luisteren naar mensen, respect voor lokale kennis en het bedenken van oplossingen die zinvol zijn voor de mensen die in het gebied wonen. Samenwerking tussen verschillende sociale actoren wordt gepresenteerd als een belangrijk element om ideeën om te zetten in blijvende praktijken.

Hoe kunnen we een innovatiecultuur in een gemeenschap stimuleren?

Er is meer nodig dan alleen goede ideeën – het gaat om het creëren van de juiste omgeving zodat die ideeën wortel kunnen schieten, kunnen groeien en kunnen uitgroeien tot zinvolle collectieve acties. Om innovatie duurzaam te maken, moet deze verbonden zijn met de plek, de kennis van de lokale bewoners en het leven dat zij leiden. Het moet mensen emotioneel raken – want zonder een gevoel van verbondenheid vindt er geen echte verandering plaats.

Participatief management speelt hierbij een belangrijke rol. Zoals Tenório (1998) aangeeft, betekent dit dat iedereen betrokken moet worden, van planning tot evaluatie, en dat gedeelde verantwoordelijkheid en openheid moeten worden aangemoedigd. Elinor Ostrom (2012) herinnert ons ook aan de waarde van collaboratief bestuur en collectieve zorg voor gedeelde hulpbronnen. In deze context helpt het een innovatieafdeling op te zetten om structuur en langdurige ondersteuning te bieden aan deze inspanningen.

5.1 Praktische manieren om een innovatiecultuur te ontwikkelen

Luisteren en participatief management:

- Richt een innovatieafdeling op.
- Creëer open ruimtes voor dialoog en luisteren (bijv. praatgroepen, culturele cafés).
- Gebruik participatieve praktijken in elke stap van het proces.
- Betrek vanaf het begin verschillende leeftijdsgroepen en gemeenschappen.

Creativiteit en samenwerkingsmethoden:

- Beschouw creativiteit als een gezamenlijke reis waarbij fouten en samen leren worden toegejuicht.

- Ondersteun co-creatie door middel van workshops, tests en praktische activiteiten.
- Pas tools toe zoals design thinking, empathiekaarten en zintuiglijke ervaringen.

Technologie en duurzaamheid:

- Gebruik eenvoudige digitale tools (Padlet, Miro, Trello) voor het documenteren en bijhouden van voortgang.
- Breng lokale kennis en middelen in kaart met visuele en emotionele methoden.
- Vier wat er samen is bereikt en geleerd.
- Gebruik feedbackcirkels, ervaringslogboeken en dagboeken om te reflecteren en te verbeteren.

Het opbouwen van een innovatiecultuur vereist een doordachte planning en institutionele ondersteuning. Maar in wezen is het een gezamenlijk proces van verbeelden, verbondenheid en het vormgeven van mogelijke toekomsten. Deze inspanningen dragen ook bij aan het beschermen van immaterieel cultureel erfgoed door levende kennis en collectieve creativiteit te eren.

6. Case studies

1. Museu na Aldeia, Portugal

Samenvatting

In dit deel zullen we twee case studies bekijken die perfect aansluiten bij de inhoud van deze module. Aan de hand daarvan ontdekken we twee succesvolle voorbeelden van innovatie en creativiteit binnen specifieke sociale contexten: het *Museu na Aldeia*-project uit Portugal en *Concomitentes* uit Spanje.

Het project "Museum in het dorp", uitgevoerd in Portugal, illustreert hoe stedelijke musea op een verstandige manier contact kunnen leggen met plattelandsgemeenschappen. Het initiatief begon met een provocerende vraag: wat als het museum naar de mensen zou komen? Dit was het begin van actief luisteren, workshops, praatgroepen en artistieke creaties, geworteld in lokale herinneringen, affecties en kennis.

In plaats van vooraf samengestelde inhoud aan te bieden, fungeert het project als bemiddelaar tussen instellingen en gebieden, waarbij horizontale uitwisselingen en vertrouwensrelaties worden bevorderd. In lijn met het idee van "participatieve museologische innovatie" (Eid & Forstrom, 2021) breekt het met de top-down logica van culturele praktijken en omarmt het co-auteurschap.

"Museum in het dorp" laat zien dat innovatie eenvoudig kan zijn: luisteren, verwelkomen en creëren met wat er al is. Het is een krachtig voorbeeld van hoe een cultuur van innovatie kan ontstaan uit genegenheid, diepgaand luisteren en oprechte samenwerking met gemeenschappen.



Fig. 3 Grande-Encontro, espetáculo musical apresentado pela equipa. Bron: Gil de Lemos, <https://www.museunaaldeia.pt/sobre/#grande-encontro>

2. Concomitantes, Spanje



Fig. 4 Toekomstige boeren zijn de kunstenaars, geselecteerd voor "De melkverhalen". Bron: Ana Escariz Pérez en Ana Moure Rosende, <https://concomitantes.org/futurefarmers-son-as-artistas-seleccionadas-por-os-contos-do-leite/4>

Concomitantes maakt deel uit van een Europees netwerk van organisaties die gemeenschapsprojecten promoten en financieren die een gemeenschap, stad of burgergroep in contact brengen met kunstenaars om ideeën uit te voeren die altijd aansluiten bij de behoeften en doelstellingen van die groep.

Dit project laat duidelijk zien hoe innovatieve initiatieven kunnen worden ontwikkeld met creativiteit als leidend principe.

Hulpmiddelen voor zelfbeoordeling

VRAGEN VOOR ZELFREFLECTIE

- 1) Denk na over de ruimtes om je heen die innovatie en creativiteit bevorderen
- 2) Heb je je ooit afgevraagd waar de ideeën vandaan komen die een gemeenschap echt veranderen?
- 3) Heb je ooit deelgenomen aan een eenvoudig groepsgesprek dat een krachtig idee heeft opgeleverd?
- 4) Hoe kunnen we ervoor zorgen dat een innovatief idee niet verloren gaat?
- 5) Hoe kunnen we een innovatiecultuur in een gemeenschap stimuleren?

Zelfevaluatie

- 1) Tijdens een praatgroep worden traditionele praktijken gedeeld en met aandacht en empathie ontvangen, zonder onderbrekingen. Deze houding draagt bij aan een innovatiecultuur omdat:
 - a) Ideeën kunnen worden geëvalueerd op basis van technische gegevens.
 - b) Alleen specialisten lokale kennis valideren.
 - c) Zij waardeert aandachtig luisteren en creëert een omgeving die bevorderlijk is voor de creativiteit van de gemeenschap.
 - d) Zij vervangt dialoog door objectieve verslagen voor toekomstig overleg.
- 2) In een culturele vereniging is een ruimte gecreëerd waar bewoners verbeteringen voor de gemeenschap kunnen voorstellen, zoals het revitaliseren van openbare pleinen, het organiseren van workshops of het organiseren van lokale evenementen. Het innovatieteam is verantwoordelijk voor het organiseren van de voorstellen, het coördineren van middelen en de voltooiing van het collectieve implementatieproces. Wat is in deze context de belangrijkste rol van een innovatieafdeling in een gemeenschap of culturele instelling?
 - a) Het gebruik van sociale media en digitale hulpmiddelen monitoren.

- b) Ideeën organiseren, participatie aanmoedigen en de uitvoering van innovatieve acties ondersteunen die geworteld zijn in het gebied.
 - c) Technische projecten uitvoeren zonder de gemeenschap erbij te betrekken.
 - d) Ervoor zorgen dat alle beslissingen worden genomen door het centrale management team.
- 3) Een gemeenschap besluit audio, beelden en verhalen te gebruiken om een online muurschildering van lokale herinneringen te maken. Deze praktijk versterkt de innovatiecultuur omdat:**
- a) Er gebruik wordt gemaakt van digitale platforms voor externe promotie.
 - b) Zij het vertellen van verhalen aanmoedigt als middel voor mobilisatie en verbondenheid.
 - c) Het prioriteit geeft aan formele documentatie voor institutionele doeleinden.
 - d) Het handmatig werk wordt vervangen door technologische oplossingen.
- 4) Een extern project wordt uitgevoerd zonder overleg met de lokale gemeenschap, wat leidt tot desinteresse en verlating. Dit voorbeeld laat zien:**
- a) Dat innovatie uitsluitend afhankelijk is van toegepaste technologie.
 - b) Dat het ontbreken van luisteren en participatie de innovatiecultuur verzwakt.
 - c) Dat technische planning zwaarder weegt dan sociale betrokkenheid.
 - d) Dat plattelandsgemeenschappen een beperkt aanpassingsvermogen hebben.
- 5) In een gemeenschapsactiviteit delen mensen van verschillende generaties verhalen en creëren ze samen een tentoonstelling van lokale herinneringen met behulp van fysieke en digitale archieven. Deze praktijk bevordert een innovatiecultuur omdat:**
- a) Beslissingen worden gecentraliseerd in institutioneel leiderschap.
 - b) Zij co-auteurschap bevordert, dialoog tussen generaties en waardering voor lokale kennis.
 - c) Zij technische resultaten garandeert voor overheidsbeleid.
 - d) Zij voorrang geeft aan traditionele museale formats.



- 6) Een groep maakt een gezamenlijke online muurschildering met emotionele inhoud over eetgewoonten, festivals en alledaagse voorwerpen. Deze digitale tool draagt bij aan de innovatiecultuur door:
- a) Culturele gegevens te verzamelen voor toeristische doeleinden.
 - b) Een database voor openbaar beheer te creëren.
 - c) Integratie van technologie, emotionele verbondenheid en participatie als innovatieve praktijken op gemeenschapsniveau.
 - d) Vervanging van face-to-face bijeenkomsten en gemeenschapsrituelen.

Oplossingen

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) B
- 5) B
- 6) C

Referenties

Barbier, R. (1998). A escuta sensível na abordagem transversal. In J. Barbosa (Ed.), Multirreferencialidade nas ciências e na educação (pp. 168–199). UFSCar.

Chesbrough, H. (2003). Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business School Press.

Demo, P. (2021). Educar pela pesquisa (10e ed.). Editora Autores Associados.

Eid, H., Forstrom, M. (Eds.). (2021). Museum innovation: Building more equitable, relevant and impactful museums. Routledge, Taylor & Francis Group.

Freire, P. (2005). Pedagogy of the oppressed (30e jubileumeditie, M. B. Ramos, vert.). Bloomsbury Publishing. <https://envs.ucsc.edu/internships/internship-readings/freire-pedagogy-of-the-oppressed.pdf>

Lambert, J., Hessler, B. (2018). Digitaal verhalen vertellen: levens vastleggen, een gemeenschap creëren (5e editie). Routledge.

Ostrom, E. (2012). Het beheer van de commons: de evolutie van instellingen voor collectieve actie. Cambridge University Press.

Primo, J., Moutinho, M. C. (Eds.). (2021). Teoria e prática da Sociomuseologia. Departamento de Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. https://www.museologia-portugal.net/files/teoriaepratica_sociomuseologia2021_0.pdf

Tenório, F. G. (1998). Social beheer: een conceptueel perspectief. Revista de Administração Pública, 32(5), 7–23.

Aanvullende bronnen

<https://www.museunaaldeia.pt>

<https://concomitentes.org>

<http://www.nouveauxcommanditaires.eu>

<https://www.neueauftraggeber.de>

<https://www.atitolo.it>



HIGHRES

Module 4

HET CONSTRUEREN VAN DIGITALE
VERHALEN OVER IMMATERIEEL
CULTUREEL ERFGOED



Medegefinancierd door
de Europese Unie

Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europese Uitvoerende Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA) weer. Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan ervoor aansprakelijk worden gesteld.

MODULE 4: Het construeren van digitale verhalen over immaterieel cultureel erfgoed

Het vinden van een idee voor een verhaal is voor sommigen misschien gemakkelijk, maar voor anderen een nachtmerrie. Als het gaat om het vinden van een idee voor een verhaal over immaterieel cultureel erfgoed, zoals in het kader van dit project, biedt dit onderwerp in ieder geval een houvast. Maar dan ... als je eenmaal een onderwerp hebt gekozen, moet je een verhaal in elkaar knutselen dat niet alleen duidelijk maakt waar dat erfgoed over gaat, maar ook boeiend en inspirerend is. En als je dat allemaal voor elkaar hebt, is er nog een andere hindernis: hoe maak je het verhaal nuttig voor het behoud en de promotie van immaterieel cultureel erfgoed? In deze module gaan we stap voor stap op deze vragen in.

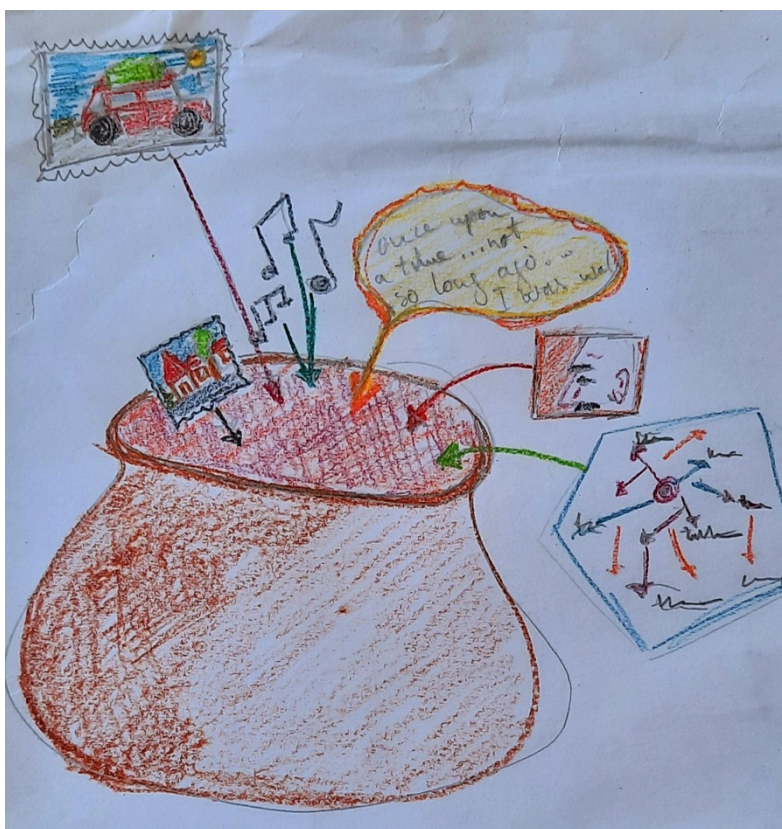


Fig. 1 Een digitaal verhaal bereiden. Bron: Privécollectie

MODULE-INDEX

Inleiding	72
1. Het verhaal vinden	74
1.1.Het onderwerp	74
1.2.Wat te vertellen over het onderwerp	75
1.3.Wie vertelt het verhaal	75
2. Het verhaal opbouwen	76
2.1.De verhaallijn opbouwen	77
2.2.'Vlees aan het skelet toevoegen'	78
2.3.Een storyboard opstellen	79
2.4.Storyboarden	80
3. Van storyboard naar digitaal verhaal	81
3.1.Hulpmiddelen voor het maken van digitale verhalen	82
3.2.Het einde van het verhaal	82
4. Case studies	83
Hulpmiddelen voor zelfbeoordeling	85
Referenties	87

Inleiding

Samenvatting

De kunst of gewoonte van het vertellen van verhalen is al zo oud als de mensheid. De opkomst van digitale storytelling valt samen met de popularisering van computers en internet aan het einde van de jaren negentig. Hoewel er uiteraard verschillen zijn, hebben traditionele en digitale storytelling één ding gemeen: het grote belang van de opbouw van het verhaal. Als die opbouw zwak is, zal het verhaal niet goed uit de verf komen. In deze module bieden we je praktische informatie die je zal helpen bij het opbouwen van verhalen die immaterieel cultureel erfgoed promoten, met de nadruk op verhalen die je digitaal vertelt en deelt.



Fig. 2 Storytelling. Bron: https://www.youtube.com/watch?v=A_fU-f8E1CU door The Learning Portal, gelicentieerd onder CC BY NC SA.

Of je nu verhalen vertelt voor marketingdoeleinden, als kunstvorm, om mensen enthousiast te maken voor iets of om hen over iets te informeren, jouw verhaal zal

alleen zijn doel bereiken als de luisteraar erdoor geboeid is. Mocht je twijfelen aan de waarheid van deze woorden, denk dan bijvoorbeeld eens aan reclames die je op tv ziet of op de radio hoort. Er zijn er maar een paar die 'blijven hangen', toch? Waarom blijven ze hangen? Je hebt er misschien nog nooit over nagedacht, maar de reden hiervoor is dat ze aan bepaalde 'verhaalvereisten' voldoen, zoals: het doel van het verhaal en het perspectief van waaruit het wordt verteld, zijn duidelijk; de aanwezigheid van een of meer elementen die de aandacht van de luisteraar of kijker vasthouden (je kunt dit de 'sleutelvraag' noemen); herkenbare emotionele inhoud; een stem die het verhaal persoonlijk maakt en helpt om de (visuele of hoorbare) inhoud van het verhaal te begrijpen; een ritme waarmee het verhaal wordt verteld dat helpt om de aandacht vast te houden; de juiste hoeveelheid informatie (niet overweldigend, niet te weinig); het gebruik van beelden en/of geluiden die de verhaallijn verfraaien en aanvullen; de lengte van het verhaal (digitale verhalen duren maximaal 4 minuten, vaak minder dan 4).

In deze module behandelen we stap voor stap de elementen waar je op moet letten als je aandacht wilt vragen voor immaterieel cultureel erfgoed door middel van een digitaal verteld en gedeeld verhaal. Daartoe gebruiken we de volgende vragen: Wat is het onderwerp? Wat wil je erover vertellen? Wie vertelt het? Hoe ga je je verhaal vertellen en delen?

1. Het verhaal vinden

Samenvatting

Sommige mensen worden gek als ze moeten beslissen over het onderwerp of thema van hun verhaal. Jij bent waarschijnlijk niet een van hen, want het onderwerp ligt grotendeels vast: 'immaterieel cultureel erfgoed'. Dat is je uitgangspunt. Vervolgens moet je beslissen wat je over dat onderwerp gaat vertellen (de plot), wat misschien lastiger is. Hiervoor moet je nadenken over waarom je juist over dit onderwerp wilt vertellen, wat het voor jou of de gemeenschap betekent, wanneer je die betekenis ontdekt hebt en waarom je juist nu over dit onderwerp wilt praten. Maar ook de verteller (één persoon of meerdere) en het perspectief (spreek je in de eerste of derde persoon?) van waaruit je het verhaal vertelt, verdienen je aandacht, omdat dit van invloed is op wat er wordt verteld en hoe. In dit hoofdstuk bespreken we de eerste stappen van het vormgeven van je verhaal; de stappen die je zullen helpen je verhaal te vinden.

1.1 Het onderwerp

Zoals vermeld in het tweede hoofdstuk van module één, zou de eerste vraag om je te helpen je onderwerp te definiëren kunnen zijn: wat doe ik of doet mijn gemeenschap, wat weet ik of wat viert mijn gemeenschap dat het verdient om erkend te worden als erfgoed, om precies te zijn, als immaterieel cultureel erfgoed?

Waarschijnlijk heb je deze vraag al beantwoord. Je bent immers gaan nadenken over digitale storytelling omdat jij en/of de mensen in de gemeenschap vinden dat een gebruik, recept, traditioneel ambacht of ander cultureel erfgoed meer erkenning verdient.

Het kan ook zijn dat iemand van buiten de gemeenschap met de gemeenschap wil samenwerken om erfgoed in kaart te brengen, vaak in de veronderstelling dat dit bestaat. In dat geval is er een voorafgaand proces, waarvoor methodologieën en richtlijnen zijn ontwikkeld die worden beschreven in module 1, 'Identificatie en

catalogisering van immaterieel cultureel erfgoed in plattelandsgebieden', in hoofdstuk 4.

1.2 Wat te vertellen over het onderwerp

Alleen door het onderwerp van het verhaal te bepalen, heb je nog geen verhaal. Wat wil je over dit onderwerp vertellen? Om dit te bepalen, kun je jezelf vragen stellen als: wat betekent dit specifieke erfgoed voor mij persoonlijk? Op welk moment besepte ik deze betekenis? Waarom moet ik het verhaal nu vertellen? Wat valt er nog meer te vertellen over het erfgoed zelf (onderzoek!)? Bij het zoeken naar de antwoorden, of je dat nu individueel doet of in brainstormsessies met mensen uit je gemeenschap, raden we je aan om een mindmap of een affiniteitsdiagram of iets dergelijks te maken, op papier of online. Denk vrijuit en schrijf in deze vroege fase van het proces alles op wat je interessant vindt om in het verhaal te gebruiken. Probeer je interne redacteur uit te schakelen! Later, wanneer je deze ideeën hebt gegroepeerd en bewerkt, zullen ze je helpen om het verhaal samen te stellen.

Digitaal vertellen legt de nadruk op persoonlijke verhalen en individuele ervaringen, waarbij vaak gebruik wordt gemaakt van multimedia-elementen zoals tekst, beeld, audio en video om een boeiende en interactieve ervaring te creëren.

1.3 Wie vertelt het verhaal

Als je in een vroeg stadium beslist wie het verhaal gaat vertellen, helpt dat je bij het creëren van het verhaal. Wordt het verhaal verteld door één of door meer mensen uit je gemeenschap? Gaan mensen voor zichzelf spreken (in de eerste persoon) of wordt het verhaal verteld in de derde persoon, door een verteller buiten het verhaal? En zo ja, richt deze verteller zich dan op de gedachten en gevoelens van één specifiek personage, of kent hij/zij de gedachten en gevoelens van alle personages in het verhaal? Met andere woorden: wie wordt de verteller(s) en wat wordt het perspectief

van de verteller? Houd in gedachten dat elk perspectief een ander niveau van intimiteit en afstand creëert, waardoor het publiek het verhaal kan beleven vanuit het directe, persoonlijke perspectief van de verteller of vanuit een meer afstandelijk, alwetend perspectief.

Beslissingen zoals de bovengenoemde neem je meestal samen met de mensen in de gemeenschap met wie je het culturele erfgoed deelt. Hoofdstuk 2 van module 2 ('Samenwerkingsbeheer en betrokkenheid van de gemeenschap') richt zich op het betrekken van de gemeenschap bij het nemen van dit soort beslissingen.

Er zijn een paar praktische aspecten waarmee je rekening moet houden, zoals de benodigde en beschikbare tijd, podcast of video (alleen audio of ook beeld?) en de beschikbaarheid van apparatuur en programma's en vaardigheden of expertise om deze te gebruiken om een podcast of video te maken. Het is ook nuttig om na te denken over de stem en/of presentatie van de verteller(s). Je wilt het erfgoedverhaal immers op de best mogelijke manier presenteren, en mompelend door iemand die zich achter een sjaal verschuilt, helpt daar in ieder geval niet bij.

2. Het verhaal opbouwen

Samenvatting

In dit hoofdstuk helpen we je stap voor stap om je aantekeningen, gedachten, ideeën, mindmap(s), kortom alle resultaten van de eerste stappen, uit te werken tot een verhaallijn. Het is belangrijk om altijd het doel van het verhaal in gedachten te houden, namelijk mensen op een pakkende manier informeren over het gekozen onderwerp, zodat de informatie blijft hangen en hen uitnodigt om meer te willen weten of ervaren. Structureren is essentieel in deze fase van het proces!

*"Organiseren is wat je doet voordat je iets doet,
zodat het, wanneer je het doet, niet allemaal door elkaar loopt."
(A. A. Milne)*

Je weet nu wat je onderwerp is, het is duidelijk wie het verhaal gaat vertellen en je hebt een mindmap, een affiniteitsdiagram of gewoon veel post-its met aantekeningen die je zullen helpen om je verhaal inhoud te geven. Tijd om aan de verhaallijn te gaan werken; het skelet van je verhaal. Afhankelijk van de situatie en/of wat jij hebt, of de gemeenschap heeft besloten, zal deze fase van het proces individueel of collectief zijn. Maar voordat je hieraan begint, willen we graag wat basisinformatie over de 'narratieve structuur' met je delen.

2.1 De verhaallijn opbouwen

Elk (goed) verhaal bestaat uit minstens drie fasen: een begin (A), een midden (B) en een einde (C). Elke fase heeft een functie voor het verhaal. In A wordt de situatie geschetst en worden de personages die relevant zijn voor het verhaal geïntroduceerd. En misschien wordt er wat meer informatie gegeven om de potentiële luisteraar te helpen het verhaal te volgen. Deze fase wordt 'expositie' genoemd. In een sprookje zou het kunnen beginnen met 'Er was eens, in een ver land, ...'. In B wordt een probleem, dilemma of uitdaging geïntroduceerd en wordt uitgelegd hoe hiermee wordt omgegaan. In een verhaal over immaterieel cultureel erfgoed (ICE) kan dit de fase zijn waarin je uitlegt hoe je in contact bent gekomen met het ICE en wat dat voor je heeft betekend. Vervolgens beschrijf je in C de boodschap van het verhaal, bijvoorbeeld een uiting van vreugde over de verbindende functie van het ICE voor de gemeenschap.

Je kunt experimenteren met de volgorde van deze fasen (sommige detectiveverhalen beginnen bijvoorbeeld met C, gaan dan naar A, B en weer naar C). We raden je aan je verhaal in deze 3 fasen te structureren en de reikwijdte van je verhaal in 3 zinnen samen te vatten, één zin voor elke fase. Als je met meerdere verhaallijnen werkt, doe je dit voor alle verhaallijnen. In dat geval moet je ook beslissen hoe je die in het verhaal opneemt: als een compleet verhaal binnen een verhaal en als je dat doet, wat is dan de volgorde, of cluster je de A-fasen van alle verhaallijnen, en de B-fasen enz. Dit

structureren en samenvatten is geen gemakkelijke taak, maar het zal je helpen om het verhaal goed te krijgen.

2.2 'Vlees aan het skelet toevoegen'



Fig. 3 'Verhaal mindmap'. Bron: privécollectie

Als je tevreden bent met de verhaallijn(en), kun je beginnen met het toevoegen van details, vlees, aan het skelet. Maar voordat je dat doet, willen we je graag wijzen op enkele theoretische informatie hierover. Er is veel onderzoek gedaan naar wat een goed verhaal tot een goed verhaal maakt. In de vorige paragraaf hebben we al gesproken over de opbouw in drie, soms iets meer fasen met elk een duidelijk doel. Een ander kenmerk van een goed verhaal

lijkt te zijn dat het drie zogenaamde domeinen aanspreekt: het persoonlijke, het emotionele en het universele domein. Om met het laatste te beginnen: wanneer je over ICE praat (of vertelt), kan je algemene of feitelijke informatie hierover beschouwen als het universele domein. Als je verhaal alleen uit dit soort informatie zou bestaan, hou je waarschijnlijk niet lang de aandacht van je publiek vast. Tenminste, als het een publiek is dat is gekomen om naar een verhaal te luisteren. Door wat persoonlijke informatie toe te voegen, zoals een beschrijving van je eerste ontmoeting met het ICE, kun je ongetwijfeld de aandacht langer vasthouden. Door ook te vertellen over de gevoelens die deze ontmoeting bij je opriep, trek je echt de aandacht van je publiek! Waarom? Omdat de persoonlijke informatie context toevoegt waarmee mensen zich kunnen identificeren en de emotionele informatie hen in staat stelt om mee te voelen en zich in te leven in de verteller. Zonder deze emotionele component verliest een verhaal veel zeggingskracht.

Houd deze informatie in gedachten en bekijk je mindmap of iets dergelijks nog eens. Welke details horen waar in het verhaal thuis? Schrijf het verhaal nog niet op! Herschik gewoon al je informatie op zo'n manier dat de verhaallijn en de inhoud van het verhaal voor jou duidelijk worden.

2.3 Een storyboard opstellen

Voordat je je storyboard opzet, moet je beslissen over het formaat van je digitaal gedeelde verhaal: alleen geluid of geluid en beelden? We gaan verder alsof je voor de laatste optie hebt gekozen.

Je hebt de verhaallijn(en) en hebt details toegevoegd. Nu is het tijd om ze nog eens te bekijken en de details te koppelen aan beelden en geluid. Bijvoorbeeld: komt er een beeld in je op als je denkt aan je eerste kennismaking met de ICE? Doet dat moment je denken aan muziek of een geluid (zoals stemmen, omgevingsgeluiden)? Probeer zo open mogelijk te zijn en maak aantekeningen. Als je met een affiniteitsdiagram werkt, online of offline, plak dan post-its met deze aantekeningen op de juiste plek in de verhaallijn(en).

Digitale storytelling op zijn best maakt gebruik van een combinatie van zorgvuldig gekozen scènes, personages, beelden en geluiden of muziek om een zintuiglijke, emotionele ervaring te creëren.

Wanneer je deze informatie aan je verhaallijn hebt toegevoegd, ga dan naar het begin, sluit je ogen en probeer je voor te stellen hoe de video eruit zou zien als je de beelden zou toevoegen. Soms zegt een beeld meer dan woorden. Heb je beelden die woorden kunnen vervangen? Waar denk je dat geluid iets toevoegt aan het verhaal? Als je met meerdere verhaallijnen werkt, zou het dan helpen om links in het hoofdverhaal in te voegen om mensen naar een andere verhaallijn te leiden?

Vraag jezelf vervolgens af welke beelden en geluiden al beschikbaar zijn en welke je nog moet produceren of maken. Is dit realistisch? Heb je tijd en/of geld om de ontbrekende elementen te produceren? Zo niet, doe dan een stap terug en denk er

nog eens over na. Houd er ook rekening mee dat als je afbeeldingen en/of geluiden gebruikt die niet van jou zijn, je te maken krijgt met auteursrechten. (Zie ook Module 5, 'Technische aspecten van digitale verhalen'.)

Zodra je een duidelijk beeld van het verhaal in je hoofd hebt, kun je beginnen met het opzetten van het storyboard. Hiervoor kun je verschillende digitale tools gebruiken, zoals [Canva](#), [Storyboardthat](#) of [Wonderunit](#) (gratis), of een [storyboard-sjabloon](#) downloaden om op papier te werken.

2.4 Storyboarden

Er zijn een paar dingen waar je rekening mee moet houden bij het invullen van je storyboard (= storyboarden):

- 1) Er bestaat een soort algemene consensus dat een digitaal verteld verhaal niet langer dan 2 tot maximaal 4 minuten mag duren. Een publiek dat gemotiveerd is om meer te leren over een specifiek onderwerp, is misschien bereid om meer tijd te besteden aan een boeiend verhaal, en in de context van sociale media lijkt 30 seconden het beste te zijn.
- 2) Zorg ervoor dat er geen auteursrechtelijke beperkingen gelden voor de afbeeldingen en geluiden die je wilt gebruiken. Als je geen eigen materiaal gebruikt, zoek dan online naar audio, video en afbeeldingen die in het publieke domein zijn, royalty-vrij zijn of een Creative Commons-licentie hebben.
- 3) Zorg ervoor dat je geen 'rode rozen rood kleurt' wanneer je afbeeldingen of geluiden aan het verhaal toevoegt (anders gezegd: het verhaal en de afbeelding/het geluid moeten elkaar aanvullen of naast elkaar staan, niet dupliceren!);
- 4) Als je geluid gebruikt, zorg er dan voor dat je geen geluid met songteksten onder gesproken tekst plaatst. Wees sowieso voorzichtig met songteksten. Ze leiden af.
- 5) Houd het ritme van het verhaal goed in de gaten. Het maken van een storyboard zal je hierbij helpen.

Een ander aspect om over na te denken is hoe je je verhaal gaat delen, en of dat bepaalde beperkingen met zich meebrengt. (Zie module 5, 'Technische aspecten van digitale verhalen'.)

*"Het storyboard is voor mij een manier om de hele film
van tevoren te visualiseren."
(Martin Scorsese)*

- 6) Eindelijk ... Je kunt beginnen met het maken van een storyboard! Hoe nauwkeuriger je dit doet, hoe meer je ervan profiteert bij het daadwerkelijk maken van je digitale verhaal. Door alle informatie die je hebt (verhaal, beelden, geluiden, muziek, links naar meer informatie of gerelateerde verhaallijnen, overgangen van de ene scène naar de andere, enz.) in een storyboard te ordenen, kun je niet alleen ontdekken welke informatie nog ontbreekt of meer aandacht nodig heeft, maar geef je ook anderen de kans om inzicht te krijgen in het verhaal en erop te reageren. En dat is erg handig wanneer je het digitale verhaal met meer mensen maakt, bijvoorbeeld met mensen uit de gemeenschap waarmee je het ICE deelt.

3. Van storyboard naar digitaal verhaal

Samenvatting

Als je tevreden bent met je storyboard, kun je beginnen met het maken van je digitale verhaal. 'Maken' is misschien een verwarrend woord, omdat het hele proces dat je tot nu toe hebt doorlopen deel uitmaakt van het maken ervan. Wat we bedoelen is dat je nu digitale tools kunt gaan gebruiken om je storyboard om te zetten in een digitaal verhaal. Onthoud wel: digitale verhalen bieden de mogelijkheid om verschillende verhaallagen te combineren. Hierdoor kun je informatie efficiënter presenteren en kan het publiek zelf verbanden leggen.

3.1 Tools voor het maken van digitale verhalen

Als jij en de anderen die bij het maken van het verhaal betrokken zijn tevreden zijn met de inhoud, het ritme, de toon enzovoort, kun je beginnen met het omzetten van alles

in een digitaal verhaal. Er zijn verschillende tools beschikbaar om je daarbij te helpen. Als je bijvoorbeeld naar <https://alternativeto.net/> gaat en zoekt op 'digital storytelling' of naar <https://www.includedeurope.eu/tools-for-digital-storytelling/> verschijnt er een lange lijst met opties, waarvan sommige gratis zijn. En vergeet je mobiele telefoon niet, die ook zeer geschikt is voor audio- en video-opnames. Controleer de kwaliteit van de opnames voordat je het hele verhaal opneemt. Als er bijvoorbeeld te veel galm in de kamer is, kan je beter een microfoon met echocompensatie gebruiken of een andere kamer kiezen.

In dit deel van het proces van het maken van je digitale verhaal kom je er misschien achter dat de kwaliteit van een deel van het beeld- of geluidsmateriaal dat je wilt verwerken niet goed genoeg is. Dit kan vaak worden opgelost met behulp van gratis software die online te vinden is door te zoeken op "beeldkwaliteit online gratis verbeteren" of "geluidskwaliteit online gratis verbeteren". (Wij hebben programma's gevonden zoals cutout.pro, [canva](https://canva.com/), [podcastle](https://podcastle.net/), [media io](https://media.io/)).

Blijf in deze fase van het maken van het verhaal zo dicht mogelijk bij alles wat je in je storyboard hebt opgenomen. Vergeet niet dat je veel aandacht en zorg hebt besteed aan de opbouwfase en je storyboard! Als toch blijkt dat sommige dingen niet zo goed werken als je had gedacht, kun je ze nu nog bijwerken of vervangen. Maar laat je niet verleiden om af te dwalen; blij gefocust en vergeet het doel van het verhaal niet!

3.2 Het einde van het verhaal

Op een gegeven moment is het maken van het digitale verhaal ten einde. Heb je alle bronnen en bijdragers vermeld? Dit kun je aan het einde van het verhaal doen door middel van een visuele of hoorbare aftiteling.

Stel dat je vermoedt dat je verhaal contextuele informatie nodig heeft, dan hangt het af van het verspreidingsmiddel dat je kiest of die informatie deel uitmaakt van het digitale verhaal zelf of apart wordt vermeld. Als het deel uitmaakt van het verhaal, is dit hét moment om deze contextuele informatie samen te stellen en toe te voegen, bijvoorbeeld door middel van een inleiding. (Niet zozeer een inleiding van het verhaal,

maar een inleiding van bijvoorbeeld het project in het kader waarvan het verhaal wordt gedeeld.)

De tools die je kunt gebruiken om je doelgroep te bereiken met je digitale verhaal, komen aan bod in de volgende module, nummer 5, 'Technische aspecten van digitale verhalen'.

4. Casestudy's

1. Immaterieel Erfgoed Spotten - Strontweek Workum

Een van de vele video's die deel uitmaken van het project 'Immaterieel Erfgoed Spotten', waarin beeld, geluid en voice-over elkaar aanvullen en versterken om een duidelijk en boeiend verhaal over het onderwerp te vertellen.



*Fig. 4 "Immaterieel Erfgoed Spotten".
Bron: Website KIEN*

2. Alūksnes Bānīša stacija

Geen voice-over (behalve iemand die de stations aankondigt waar de trein langsrijdt), alleen beelden om het verhaal te vertellen. En het werkt!



Fig. 5 "Egīla Žigura intervija Alūksnes Bānīša". Bron: Toeristisch Informatiecentrum van de gemeente Aluksne.

3. Twee voorbeelden van hoe je GEEN digitaal verhaal moet maken

- 1) Deze video legt op een duidelijke manier uit hoe je een digitaal verhaal kunt opbouwen, maar wat voegen de beelden toe aan het verhaal? *"Wat is digitale storytelling"*. Bron: <https://youtu.be/Jlix-yVzheM?si=5MgymJPRJFUaDdtR>
- 2) Deze video is een voorbeeld van 'rode rozen rood kleuren', wat betekent dat het verhaal en de beelden elkaar niet aanvullen, maar precies hetzelfde vertellen: <https://youtu.be/MWKWHNdmktI?si=uagbAHrs3QGrzZJA>

Hulpmiddelen voor zelfbeoordeling

VRAGEN VOOR ZELFREFLECTIE

- 1) Wat was het doel van het maken van het verhaal?
- 2) Voldoet het verhaal aan dat doel?
- 3) Wie is de doelgroep?
- 4) Zijn de inhoud en toon van het verhaal aantrekkelijk voor deze doelgroep?
- 5) Spreekt elke verteller/de verteller gedurende het hele verhaal met een duidelijke en goed verstaanbare stem?
- 6) Past het ritme van het verhaal goed bij de verhaallijn?
- 7) Worden alle bronnen en bijdragers vermeld?
- 8) Moet het verhaal worden voorzien van contextuele informatie zodra het op een digitaal platform wordt gepubliceerd (of spreekt het voor zich)?

ZELFEVALUATIETEST

- 1) Digitale storytelling betekent in feite
 - a) het digitaal creëren van een verhaal
 - b) er zijn geen mensen betrokken bij het maken van het verhaal
 - c) het gebruik van technologie om verhalen te vertellen
- 2) Een digitaal verhaal duurt in het beste geval
 - a) niet minder dan 6 minuten
 - b) niet meer dan 4 minuten
 - c) niet meer dan 2 minuten
- 3) Je hoeft je verhaal niet te construeren als je weet waar je over gaat praten.
 - a) Juist
 - b) Fout
- 4) Een goed verhaal staat of valt met de

- a) Toon
- b) Ritme
- c) Onderwerp
- d) Opbouw

5) Een traditioneel verhaal verschilt van een digitaal verhaal in die zin dat

- a) een digitaal verhaal geen persoonlijke informatie bevat
- b) een traditioneel verhaal geen universele informatie bevat
- c) een traditioneel verhaal geen technologie nodig heeft
- d) ritme niet belangrijk is in een traditioneel verhaal

Oplossingen

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) D
- 5) C

Referenties

Friis Dam, R. en Yu Siang, T. (2022). *Affinity Diagrams: How to Cluster Your Ideas and Reveal Insights*. Interaction Design Foundation, <https://www.interaction-design.org/literature/article/affinity-diagrams-learn-how-to-cluster-and-bundle-ideas-and-facts>

Barel, A. (2021). *Sterker staan met je eigen verhaal. Met storytelling meer grip op je leven*. Uitgeverij Ten Have. storytelling-centre.nl

Barel, A., Gurwicz, R. & Packer, S. (2023). *The world is storytelling*. Uitgeverij International Theatre and Film Books, Amsterdam.

Lambert, J., Hill, A., Mullen, N., Paull, C., Soundararajan, T. & Weinshenker, D., (2010). *Digital Storytelling Cookbook*. Geproduceerd door StoryCenter. Digital Diner Press, <https://www.storycenter.org/shop>

Aanvullende bronnen

<https://animoto.com/>

<https://wonderunit.com/storyboarder>

<https://www.storyboardthat.com/>

<https://www.purplestorytelling.com/p-blog/all-about-digital-storytelling>

<https://www.includedeurope.eu/tools-for-digital-storytelling/>

<https://alternativeto.net/>

<https://knightlab.northwestern.edu/projects/#storytelling>

<https://www.cutout.pro/photo-enhancer-sharpener-upscaler>

<https://www.canva.com/features/image-enhancer/>

<https://podcastle.ai/tools/magic-dust>

<https://www.media.io/audio-enhancer.html>



HIGHRES

Module 5

VERHALEN ONLINE BRENGEN:
DIGITALE VERHALEN HOSTEN EN
DELEN



Medegefinancierd door
de Europese Unie

Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europese Uitvoerende Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA) weer. Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan ervoor aansprakelijk worden gesteld.

MODULE 5: Verhalen online brengen: digitale verhalen hosten en delen

Tegenwoordig zijn de informatie en gegevens die circuleren op het internet, in de massamedia en op sociale netwerken erg belangrijk, omdat ze onze manier van denken en leven beïnvloeden. Ze hebben echter ook een sfeer van desinteresse en wantrouwen gecreëerd als gevolg van nepnieuws. Hierdoor heeft ons vertrouwen in het internet een flinke deuk opgelopen! Daarom zijn de doelstellingen van digitale communicatie vandaag de dag gericht op het identificeren van de juiste webruimtes of verspreidingskanalen om waarheidsgetrouwe en hoogwaardige inhoud te verspreiden.



Fig. 1 Verhalen online brengen. Bron: Ontwerp door de auteurs.

In deze module zullen we nadenken over hoe en waar we onze verhalen kunnen plaatsen. Welke soorten platforms stellen ons in staat om verhalen te delen die het immaterieel cultureel erfgoed van onze gemeenschappen versterken, en hoe kunnen we onze verhalen op een eenvoudige en directe manier op het web overbrengen? Hoewel het misschien lijkt alsof alleen ervaren IT-professionals dit aankunnen, zal je er door het lezen van deze trainingsmodule achterkomen dat het ook voor anderen best te doen is.



MODULE-INDEX

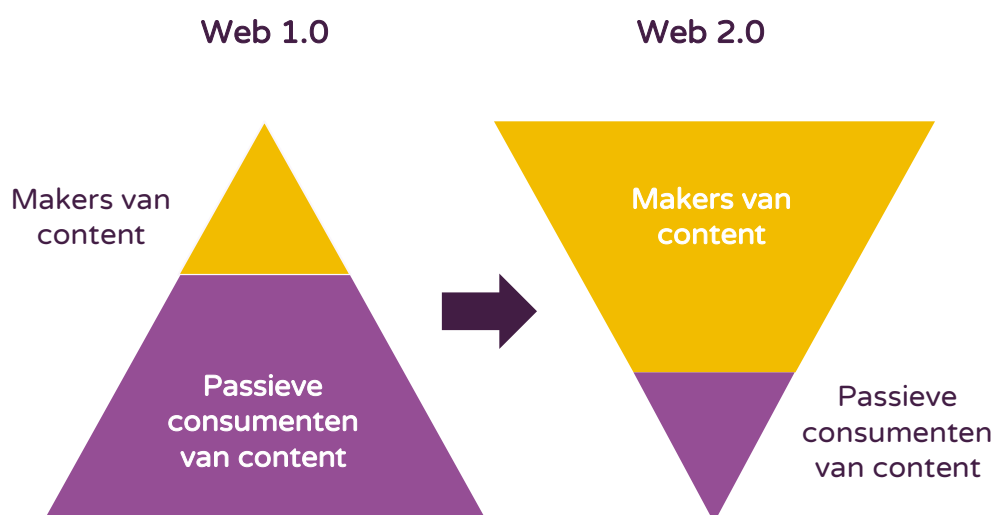
Inleiding	92
1. Waar leven verhalen vandaag de dag? Modellen van platforms voor het delen van immaterieel cultureel erfgoed door middel van storytelling	93
2. Erfgoed in veerkracht: ontwerp en ontwikkeling van een digitaal platform voor storytelling voor de gemeenschap	96
3. Verhalen om te onthouden: online contentbeheer	99
3.1. Een actieve digitale gemeenschap in stand houden	100
3.2. Op weg naar kwalitatief hoogwaardige content	101
4. Case studies	102
Hulpmiddelen voor zelfbeoordeling	104
Referenties	107

Inleiding

Samenvatting

In dit inleidende hoofdstuk stellen we de centrale vraag van module 5: hoe denken we vandaag de dag over onze relatie met het internet en hoe benaderen we het creëren en lokaliseren van digitale inhoud? Deze vraag komt voort uit een kritische beschouwing van de huidige problemen rond het internet, met name met betrekking tot *nepnieuws* en eigendom van informatie.

Weet je nog wanneer het internet in ons leven verscheen? Wat je je zeker herinnert, is dat sinds we het internet gebruiken de toegang tot en raadpleging van informatie aanzienlijk sneller en breder is geworden, terwijl ook verschillende barrières, met name geografische, zijn overwonnen, waardoor we toegang hebben gekregen tot een breed scala aan communicatiekanalen over de hele wereld. De evolutie van de eerste fase van het internet, bekend als "Web 1.0", naar de tweede fase, "Web 2.0", die rond 2004 begon, wordt gekenmerkt door de verschuiving van gebruikers die passieve consumenten van informatie waren naar de belangrijkste makers van de meeste online gepubliceerde inhoud (Cormode en Krishnamurthy, 2008).



Denk eens aan de impact die deze verandering heeft gehad op hoe we nu het internet gebruiken. De positieve kant is dat er online veel meer stemmen te horen zijn en dat het delen van content zo gedemocratiseerd is dat vrijwel iedereen tegenwoordig iets op internet kan plaatsen. Aan de andere kant heeft deze verandering de deur geopend voor nepnieuws en wijdverspreide desinformatie, en ervoor gezorgd dat het gebruikersverkeer zich concentreert op slechts 116 websites die eigendom zijn van commerciële digitale technologiebedrijven, die een derde van al het internetverkeer absorberen (Javier, 2024).

Hoe moeten we in deze omgeving van verandering en groeiend wantrouwen in informatie omgaan met het internet? En hoe gaan we om met het creëren van digitale content en de lokalisatie daarvan?

In module 5 van deze training gaan we in op deze vraag door ons te richten op de websites waar we onze digitale verhalen kunnen hosten. Daartoe verkennen we het web en analyseren verschillende platformmodellen waarmee we inhoud en informatie kunnen delen. Dit helpt ons om over een ontwerp voor een platform na te denken, waar we zelf onze verhalen kunnen publiceren en zo het immaterieel cultureel erfgoed van ons gebied kunnen versterken. Daarnaast leren we hoe we content kunnen beheren en het platform of gebruikersprofiel kunnen onderhouden.

1. Waar leven verhalen vandaag de dag?: Modellen van platforms voor het delen van verhalen

Samenvatting

In dit hoofdstuk verkennen we de verschillende soorten ruimtes op het internet waar we onze eigen content kunnen delen. We bekijken ook de voor- en nadelen van elk model.

Er zijn twee belangrijke manieren waarop we onze eigen content en informatie op internet kunnen delen:

De eerste is een zelfbeheerd model. Je maakt een website met een domein, dat wil zeggen je eigen URL (een reeks tekst die de locatie van een bron op het internet aangeeft), bijvoorbeeld: www.ourstories.com, en uploadt vervolgens je content naar de site in het formaat van je keuze. In dit model hebben we volledige controle over de interface van de website, dat wil zeggen hoe de site eruitziet en visueel wordt gepresenteerd: de kleuren, typografie, lay-out, menu's, knoppen of afbeeldingen.

De tweede optie houdt in dat je een gebruikersprofiel aanmaakt binnen een platform. Zoals we eerder in de inleiding al vermeldde, trekken deze platforms het overgrote deel van het internetverkeer aan. Om dit type platform goed te begrijpen, kunnen we kijken naar het meest bekende voorbeeld: social media. Afhankelijk van het formaat waarin we onze content delen, zijn er verschillende soorten platforms:

- Platforms voor het publiceren van geschreven content
- Platforms voor visuele content
- Videoplatforms
- Audio- en podcastplatforms
- Platforms voor sociale media en microcontent
- Samenwerkings- of wikiprogramma's
- Communityplatforms
- Institutionele of culturele platforms

	Zelfbeheerde website	Gebruikersprofiel op een platform
Voordelen	• Controle over het ontwerp en het uiterlijk van de interface. • Multi-formaat (inhoud kan in verschillende formaten worden weergegeven). • Zelf beheerde inhoud en onderhoud.	• Eenvoudig en intuïtief om mee te beginnen (geen uitgebreide training nodig om een profiel aan te maken). • Een reeds bestaande community. • Gemakkelijke interactie met andere gebruikers. • Gecreëerde content kan worden gepromoot.
Nadelen	• Het ontwerpen en publiceren van content is niet zo intuïtief als op andere platforms. • Geen bestaande community (gebruikersinteracties moeten worden gezocht).	• Ontwerp- en functionaliteitsnormen. • Controle over de content. • Zichtbaarheid wordt bepaald door algoritmen. • Reclame.

Deze modellen vullen elkaar aan en kunnen zelfs met elkaar worden verbonden. Je kunt tegelijkertijd een zelfbeheerde website en een social mediaprofiel hebben. Probeer in dat geval links tussen beide ruimtes te creëren: zorg voor een consistente uitstraling door dezelfde logo's en kleuren te gebruiken, deel dezelfde informatie op beide platforms en integreer je social mediaprofiel in je website...

2. Erfgoed in veerkracht: ontwerp en ontwikkeling van een digitaal platform voor community storytelling

Samenvatting

Het belangrijkste doel van dit hoofdstuk is om te leren hoe je een webruimte kunt ontwerpen om onze digitale verhalen over te brengen en zichtbaar te maken. Zonder dat je uitgebreide kennis van informatica nodig hebt, behandelen we de essentiële componenten die nodig zijn om een dergelijke ruimte te creëren. De inhoud van dit hoofdstuk is meer technisch van aard.

In navolging van het vorige hoofdstuk zullen we de noodzakelijke elementen schetsen voor het aanmaken van een gebruikersprofiel op een platform en, aan de andere kant, voor het maken van een zelfbeheerde website.

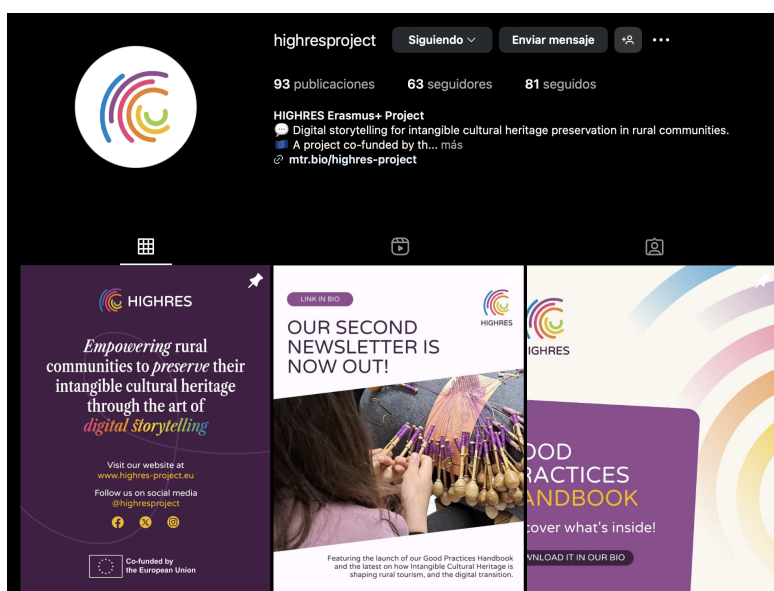


Fig. 2 Profielinterface van het HIGHRES-project. Screenshot door auteurs.

Het aanmaken van een profiel op een platform is relatief eenvoudig: je hoeft alleen maar een e-mailadres op te geven, een wachtwoord in te stellen en vervolgens een paar elementen van de interface te ontwerpen, zoals je profielfoto, een korte biografie, gebruikersnaam, enzovoort.

In de afbeelding hieronder zie je de interface van ons profiel op het sociale netwerk Instagram. Links, in de cirkel, staat onze profielfoto en rechts daarvan staat de profielbeschrijving. Daaronder vind je de inhoud die we hebben gedeeld.

Wanneer we het daarentegen hebben over een zelfbeheerde website, wordt het proces gedetailleerder en vereist het meer geduld. De essentiële elementen waarmee we te maken krijgen bij het ontwerpen van een website zijn de volgende:

1. Een domein aanmaken

Het domein is de naam waarmee we de website identificeren, het URL-adres dat we in een browser invoeren om de site te bereiken. Bijvoorbeeld: *www.digitalnarratives.com* of *www.communityvoices.org*.

2. De interface ontwerpen

Met *Content Management Systemen* (CMS) kunnen we onze eigen website maken. Sommige daarvan bieden een reeks vooraf ontworpen sjablonen die we voor onze site kunnen gebruiken. Deze sjablonen hebben een vooraf gedefinieerde structuur, kleuren en tabbladen, die we in sommige gevallen kunnen bewerken. Als dat niet het geval is, moeten we de hele website vanaf nul ontwerpen: kleuren kiezen, tabbladen maken, een menu bouwen, enz. CMS-platforms worden steeds toegankelijker en bieden in de meeste gevallen een zijmenu waar je de elementen kunt selecteren die je aan je site wilt toevoegen (fig. 1).



Fig. 3 Interface van een website in ontwikkeling. In het zijmenu zien we enkele van de beschikbare opties. De afbeelding toont een screenshot van de WordPress-editor.

3. Inhoud uploaden

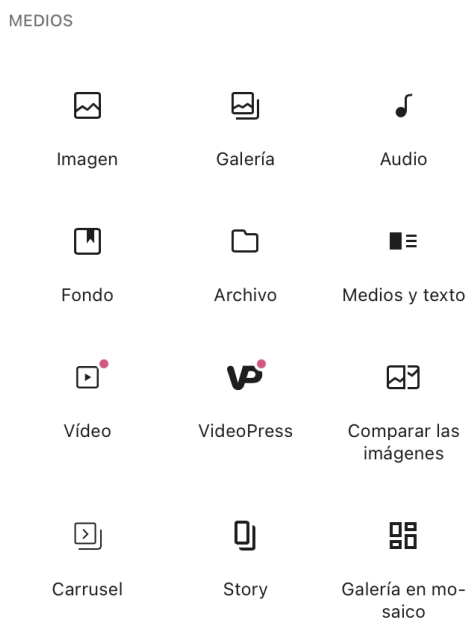


Fig. 4 Bewerkingsmenu van de website in de multimediasectie. De afbeelding toont een screenshot van de WordPress-editor.

De laatste stap is het uploaden van content naar onze website. In dit geval ondersteunen websites audiovisuele, grafische en tekstformaten. Met het menu dat we in de vorige afbeelding hebben gezien, kunnen we bestanden uploaden vanaf onze computer of een externe schijf. Bovendien zijn sommige contentmanagementsystemen de afgelopen jaren partnerschappen aangegaan met platforms voor audiovisuele inhoud om dergelijke inhoud rechtstreeks in de website te kunnen integreren. In figuur 2 zien we hoe het bewerkingsmenu de opties voor het toevoegen van multimedia-inhoud weergeeft.

3. Verhalen om te onthouden: online contentbeheer

Samenvatting

Hieronder zullen we ons concentreren op de content die we op ons platform zullen aanbieden en op de mogelijkheden die we hebben om een actieve gebruikersgemeenschap te creëren. Ten slotte zullen we het hebben over het onderhoud van het platform en de regelmaat waarmee content wordt gepubliceerd.

In de loop der jaren is internetcontent een zekere mate van specialisatie en nauwkeurigheid gaan vertonen. Er zijn zelfs nieuwe beroepsprofielen ontstaan in verband met internetcontent: contentmakers, contentmanagers, audio- en video-editors, specialisten in digitale marketing.

Zoals we in module 4 van deze cursus hebben gezien, kan immaterieel cultureel erfgoed dat via digitale storytelling wordt verteld, verschillende multimediaformaten aannemen: afbeeldingen, video's, audio, design, kunst, 3D-illustraties, enz. Deze digitale media zijn essentiële hulpmiddelen om ons erfgoed zichtbaar te maken en een groot aantal gebruikers te bereiken.

Parallel aan de specialisatie van content heeft de evolutie naar Web 2.0, waardoor internetgebruikers hun eigen content kunnen creëren, geleid tot een explosieve groei en massificatie van online content. Dit heeft ertoe geleid dat platforms en zelfs zoekmachines content rangschikken op basis van interessepatronen. Bovendien houden zoekmachines "de laatste details van hun procedures geheim, omdat deze informatie hen een concurrentievoordeel zou kunnen opleveren en zij deze daarom als een bedrijfsgeheim beschouwen" (Codina, 2004). In veel gevallen bieden de zoekmachines advertentiediensten aan om je content tegen betaling te rangschikken. Toch zijn er verschillende criteria waarover webanalisten speculeren.

3.1 Een actieve digitale gemeenschap in stand houden

In deze enorme zee van content is het belangrijk om op te vallen. Gelukkig hebben we een reeks tools tot onze beschikking die ons bij deze taak helpen, zogenaamde SEO-tools: "Search Engine Optimization" (zoekmachineoptimalisatie). Er zijn twee soorten SEO-tools:

- SEO on-page: deze is gericht op "het creëren van kwalitatief hoogwaardige content, het verbeteren van de gebruikerservaring en het vergroten van de toegankelijkheid". Voorbeelden hiervan zijn het toevoegen van trefwoorden, het gebruik van interne links, het toevoegen van afbeeldingen met alt-tekst en het optimaliseren van koppen. (Branch, 2024)
- SEO off-page: deze is gebaseerd op "het opbouwen van autoriteit, het verkrijgen van bekendheid en het winnen van vertrouwen door middel van links die van de ene website naar de andere leiden (backlinks) en vermeldingen". Een voorbeeld hiervan is online actief zijn door deel te nemen aan interacties op social media en andere webfora, en door te verschijnen in content op andere websites. (Branch, 2024)

Naast deze tools, die een hoger niveau van kennis op het gebied van informatica en digitale marketing vereisen, zijn er andere tools die voor iedereen toegankelijk zijn en ons helpen een community te creëren in onze online ruimtes.

Interacties

Tegenwoordig is het internet gebaseerd op interacties, dat wil zeggen de relaties die je met andere gebruikers aangaat. Deze interacties nemen toe en genereren netwerken van verbindingen tussen gebruikers. In het geval van social mediaprofielen zijn interacties volledig geïntegreerd door middel van reacties op content: likes, het delen van content, het verzenden van content naar andere gebruikers, het reageren op content, het volgen van gerelateerde profielen, enz.

Forum

Een forum is een hulpmiddel dat interacties stimuleert als we een zelfbeheerde website hebben gemaakt. Gebruikers die onze site bezoeken, kunnen discussieforums aanmaken of reageren op de bestaande content op de website.

Registratie

In het geval van een zelfbeheerde website is het toestaan van registratie door gebruikers een manier om loyaliteit op te bouwen en een community binnen je eigen website te creëren.

Nieuwsbrief

E-mailnieuwsbrieven zijn een hulpmiddel om onze community op de hoogte te houden van de inhoud die we op onze website publiceren.

3.2 Op weg naar kwalitatief hoogwaardige inhoud

In de inleiding van deze trainingsmodule hebben we het gehad over het groeiende wantrouwen en de afnemende interesse van internetgebruikers in de informatie die tegenwoordig online circuleert. Deze situatie wordt grotendeels aangewakkerd door nepnieuws. In deze context moeten de primaire doelstellingen bij het publiceren van onze inhoud gebaseerd zijn op ethische waarden die de kwaliteit van de informatie waarborgen. Daartoe kunnen we de ethische richtlijnen van UNESCO volgen, die beschikbaar zijn op deze website: <https://www.unesco.org/es/ethics>

Anderzijds is het belangrijk dat onze content voldoet aan, en een weerspiegeling is van de toepasselijke auteursrechtelijke voorschriften. Dat wil zeggen dat wanneer we een bestaande afbeelding of video gebruiken die we online hebben gevonden, we moeten zorgen voor een juiste bronvermelding en de auteur duidelijk moeten vermelden. Zie hierover ook module 4: *De constructie van digitale verhalen over immaterieel cultureel erfgoed*, waarin dieper wordt ingegaan op kwesties die verband houden met het creëren van digitale content. Als het gaat over auteursrecht kunnen we ons houden aan de normen die zijn vastgesteld door de Europese Unie: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/copyright>

Ten slotte moeten we de veelzijdigheid van hoogwaardige multimedia-inhoud benadrukken. Dat wil zeggen dat het produceren van digitale inhoud voor onze website verschillende vormen kan aannemen, wat de gebruikerservaring dynamischer maakt. Om deze taak uit te voeren, volgen we de aanbevelingen van deskundigen uit verschillende professionele domeinen, zoals de aanbevelingen die worden uiteengezet in het artikel: "Wat zijn de beste praktijken voor het opstellen van een stijlguides voor inhoud die voor u werkt?":

<https://www.linkedin.com/advice/0/what-best-practices-creating-content-style-guide-works-df25c?lang=en&originalSubdomain=es>

4. Case studies

Samenvatting

In dit gedeelte bekijken we twee voorbeelden van goede praktijken met betrekking tot het onderwerp dat in deze module wordt behandeld. Dat wil zeggen dat we twee websites zullen bekijken van projecten die zich toeleggen op de verspreiding van immaterieel cultureel erfgoed door middel van storytelling. Deze voorbeelden helpen ons om de concepten die in de vorige hoofdstukken zijn besproken te visualiseren en moedigen ons aan om na te denken over ons eigen project.

Om alle inhoud die tot nu toe in deze training aan bod is gekomen te illustreren, nemen we twee projecten uit het "*Boek van goede praktijken*" dat is gepubliceerd door ons project, HIGHRES, en dat gratis beschikbaar is via de volgende link:

<https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

1. Verhalen hebben kracht

Het Nationaal Holocaust Museum in Amsterdam publiceert op zijn website en verspreidt op muziekstreamingplatforms een podcast met verschillende

levensverhalen van mensen die tijdens de Holocaust in Nederland hebben geleden. De podcast heet "Vergeet me niet" en dient als referentiemodel voor het delen van inhoud met betrekking tot immaterieel cultureel



Fig. 5 Afbeelding van de website van het Nationaal Holocaust Museum in Amsterdam.

erfgoed via digitale storytelling. Dit voorbeeld toont ons ook de mogelijkheid om onze inhoud van onze eigen website naar streamingplatforms te verspreiden, waardoor onze verhalen een groter publiek bereiken.

Link: <https://jck.nl/verhalen-en-verdieping/vergeet-me-niet>

2. Een interactieve multimediaruimte voor gemeenschappen

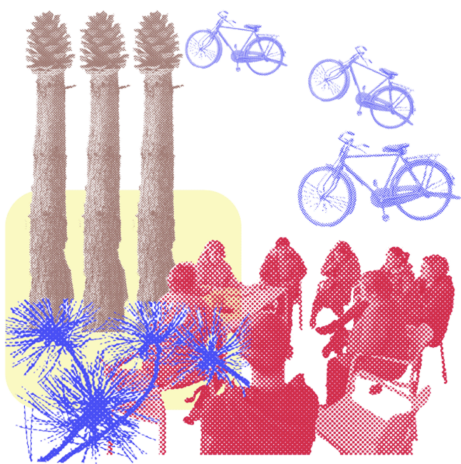


Fig. 6 Afbeelding van de website van het project "Museu na Aldeia".

Het project "Museu na Aldeia" biedt een platform met multimedia-inhoud, kaarten en interactieve elementen in video-, audio- en beeldformaten die de tradities en het erfgoed van verschillende plattelandsgebieden in Portugal belichten. Via de onderstaande link zien we een specifiek voorbeeld – de tentoonstelling "Sons na Eira" – waarin de tradities van Moita, Portugal, worden verteld aan de hand van tekst, geanimeerde beeldcollages en audio.

Link: <https://www.museunaaldeia.pt/exposicoes/sons-na-eira/>

HULPMIDDELEN VOOR ZELFBEOORDELING

VRAGEN VOOR ZELFREFLECTIE

- 1) Stel je een website voor die is ontworpen om het immaterieel cultureel erfgoed van jouw regio zichtbaar te maken: welke elementen zouden daarop moeten staan?
- 2) Welke online tools en bronnen kunnen volgens jou worden gebruikt om een merk of identiteit op te bouwen die de tradities van een plaats zichtbaar maakt?
- 3) Kan er een verband worden gelegd tussen een profiel op sociale media en een zelfbeheerde website? Hoe kunnen deze elkaar volgens jou aanvullen?
- 4) Hoe kunnen storytelling en immaterieel cultureel erfgoed volgens jou de golf van nepnieuws en slechte content op internet tegengaan?
- 5) Bedenk tools of acties op internet die ons kunnen helpen om in contact te komen met gebruikers die geïnteresseerd zijn in digitale storytelling en immaterieel cultureel erfgoed.
- 6) Welke andere elementen zouden volgens jou, naast de elementen die we in de vorige hoofdstukken al hebben behandeld en die onze webgemeenschap op de hoogte houden, in dit opzicht effectief kunnen zijn?

ZELFEVALUATIE TEST

- 1) Kies twee modellen die het internet ons biedt om onze content te hosten.
 - a) Netwerkplatform en social media.
 - b) Online contentnetwerk.
 - c) Blogs en platform voor visuele content.
 - d) Zelfbeheerde website en gebruikersprofiel op een platform.
- 2) Als we het hebben over internetplatforms waar we een profiel kunnen aanmaken en content kunnen delen, welke soorten zijn er dan?
 - a) Professionele en niet-professionele profielplatforms.

- b) Platformen voor het publiceren van geschreven content, platformen voor visuele content, videoplatformen, audio- en podcastplatformen, sociale en microcontentplatformen, samenwerkingsplatformen of wiki's, communityplatformen en institutionele of culturele platformen.
- c) Platformen voor het publiceren van journalistieke content, platformen voor reiscontent en entertainmentplatformen.

3) Welke voordelen heeft het maken van een zelfbeheerde website ten opzichte van het aanmaken van een profiel op een platform?

- a) In eerste instantie eenvoudig en intuïtief (er is weinig training nodig om een profiel aan te maken), een reeds bestaande community, gemakkelijke interactie met andere gebruikers, de mogelijkheid om de gecreëerde content te promoten.
- b) Controle over het ontwerp van de interface en het uiterlijk, multi-formaat (content kan in verschillende formaten worden weergegeven), eigen beheer en onderhoud.
- c) Het heeft geen voordelen.
- d) Voordelen voor het genereren van inkomsten uit de content die je publiceert.

4) Wat zijn de belangrijkste stappen om een zelfbeheerde website te maken?

- a) Vul een formulier in en je kunt inhoud uploaden.
- b) Maak een account aan op een sociaal netwerk, publiceer content en beheer SEO-tools.
- c) Maak gewoon een URL-link aan.
- d) Maak een domein aan, ontwerp de interface en upload content.
- e) Maak een e-mailaccount aan en vul de gegevens in die het platform vereist.

5) Om een online community te creëren die onze website bezoekt, hoef je alleen maar een nieuwsbrief aan te maken. Geef aan of de vorige uitspraak waar of onwaar is.

- a) Onwaar
- b) Waar

Oplossingen

- 1) D
- 2) B
- 3) B
- 4) D
- 5) A

Referenties

Branch (3 oktober 2024). *SEO On-Page vs. Off-Page: Cómo Impactan tu Visibilidad*.
<https://branch.com.co/marketing-digital/seo-on-page-vs-off-page-como-impactan-tu-visibilidad/>

Codina, LI. (2004). *Posicionamiento web: conceptos y ciclo de vida*. Hypertext.net.
https://www.researchgate.net/publication/28079694_Posicionamiento_Web_Conceptos_y_Ciclo_de_Vida

Cormode, G. & Krishnamurthy, B. (2 juni 2008). *Belangrijkste verschillen tussen Web 1.0 en Web 2.0*. First Monday.
https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972?utm_source=chatgpt.com

Javier, H. (19 april 2024). *The Web unpacked: un análisis cuantitativo del uso global de la Web*. Arxiv. https://arxiv.org/html/2404.17095v2?utm_source=chatgpt.com

Aanvullende bronnen

UNESCO Ethics. <https://www.unesco.org/es/ethics>

EU Copyright. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/copyright>

Museu na Aldeia, tentoonstelling: "Sons na Eira".

<https://www.museunaaldeia.pt/exposicoes/sons-na-eira/>

Nationaal Holocaustmuseum, podcast: "Verget me niet" . <https://jck.nl/verhalen-en-verdieping/vergeet-me-niet>



HIGHRES

Module 6

PROMOTIE VAN ICE VIA DIGITALE
PLATFORMS OM CULTUREEL
TOERISME EN



Medegefinancierd door
de Europese Unie

Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europese Uitvoerende Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA) weer. Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan ervoor aansprakelijk worden gesteld.

MODULE 6: Promotie van ICE via digitale platforms om cultureel toerisme en plattelandsontwikkeling te stimuleren

Deze module onderzoekt hoe digitale platforms immaterieel cultureel erfgoed (ICE) kunnen promoten om duurzaam cultureel toerisme en plattelandsontwikkeling te ondersteunen. Het onderzoekt de wisselwerking tussen storytelling, innovatie en digitale tools bij het vergroten van de zichtbaarheid van lokale tradities en het bevorderen van economische veerkracht. Onderwerpen zijn onder meer principes van duurzaam toerisme, betrokkenheid van de gemeenschap, creatieve industrieën en integratie met de lokale economie. Case studies en innovatiestrategieën laten zien hoe plattelandsgemeenschappen culturele troeven kunnen inzetten om participatieve, toekomstgerichte toeristische ervaringen te creëren. In lijn met de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen van de VN stimuleert de module inclusieve, cultureel respectvolle praktijken die het erfgoed in stand houden en tegelijkertijd lokale groei en creativiteit bevorderen.

MODULE-INDEX

Inleiding	111
1. Levende tradities behouden door duurzaam toerisme	112
2. Cultuur in actie: duurzame projecten met een doel vormgeven	115
3. De creatieve impuls van het platteland: innovatie in landelijke contexten	119
4. Case studies	124
Hulpmiddelen voor zelfbeoordeling	127
Referenties	130

Inleiding

Samenvatting

Toen we aan module 6 begonnen, de laatste fase van deze training, concentreerden we ons op een belangrijke vraag: hoe kunnen we digitale verhalen over het immaterieel cultureel erfgoed van ons gebied gebruiken om bij te dragen aan de duurzame ontwikkeling van onze gemeenschap? Wat voor soort projecten kunnen we in deze richting ondernemen?

Vandaag de dag ondergaan plattlandsgebieden een transformatie, zowel op het vlak van bevolkingsdynamiek als economische activiteit.

Toerisme speelt een cruciale rol in de ontwikkeling van het platteland, maar net zoals het plattlandsleven verandert, verandert ook het plattelandstoerisme. Plattelandstoerisme, dat traditioneel wordt geassocieerd met landbouw en agrarische ervaringen, verschuift nu naar culturele ervaringen, waardoor nieuwe niches ontstaan, zoals creatief toerisme.

Plattlandsgebieden zijn vaak de bewaarders van een rijk immaterieel cultureel erfgoed (ICE) dat niet alleen van grote waarde is voor de lokale identiteit, maar ook een krachtige troef is voor het toerisme.

In deze context zijn storytelling en digitale platforms essentiële instrumenten geworden. Digitalisering vergroot de zichtbaarheid, toegankelijkheid en concurrentiekracht van plattlandsbestemmingen door gemeenschappen in staat te stellen hun cultureel erfgoed te delen met een lokaal en mondiaal publiek.

Deze trainingsmodule onderzoekt hoe de promotie van ICE via digitale platforms zowel cultureel toerisme als plattlandsontwikkeling kan bevorderen en nieuwe kansen biedt voor duurzame groei en behoud van erfgoed.

1. Levende tradities behouden door duurzaam toerisme

Samenvatting

Heb je je ooit afgevraagd hoe toerisme voordelen kan opleveren zonder het milieu of het leven van lokale gemeenschappen te schaden? In dit hoofdstuk verken je het concept van duurzaam toerisme en de essentiële link met immaterieel cultureel erfgoed (ICE). Hoewel toerisme waardevolle voordelen kan opleveren voor plattelandsgemeenschappen, kan het ook aanzienlijke risico's inhouden voor lokale culturele tradities als het niet op verantwoorde wijze wordt beheerd. U zult zien hoe duurzaam toerisme een evenwichtige aanpak biedt: het ondersteunt economische ontwikkeling en respecteert en behoudt tegelijkertijd culturele identiteiten. Aan het einde van dit hoofdstuk begrijpt u hoe u toeristische ontwikkeling kunt benaderen op een manier die immaterieel cultureel erfgoed eert en in stand houdt, zodat het een levende en dynamische kracht blijft voor toekomstige generaties.

1. Concepten. Definitie en principes van duurzaam toerisme; toepassing op ICE

De Wereldorganisatie voor Toerisme van de Verenigde Naties (UNWTO) definieert duurzaam toerisme als "toerisme dat volledig rekening houdt met de huidige en toekomstige economische, sociale en ecologische gevolgen ervan en dat inspeelt op de behoeften van bezoekers, de sector, het milieu en de gastgemeenschappen". Bovendien houdt duurzaam toerisme rekening met de ecologische, economische en sociaal-culturele aspecten van toeristische ontwikkeling.

Immaterieel cultureel erfgoed (ICE) speelt een belangrijke rol bij het creëren van duurzaam toerisme. Als je de definitie van immaterieel cultureel erfgoed niet meer helemaal weet, kan je teruggaan naar module 1 van deze cursus, getiteld 'Identificatie en catalogisering van immaterieel cultureel erfgoed in plattelandsgebieden'. Toerisme

en ICE hebben wederzijds een voordelige relatie. Enerzijds is ICE essentieel voor de ontwikkeling van toerisme, aangezien moderne reizigers meer zoeken dan alleen architectonische bezienswaardigheden en historische locaties. Ze verlangen naar meeslepende ervaringen die de levende tradities van lokale gemeenschappen laten zien. Anderzijds dient duurzaam toerisme als een krachtig instrument voor het beschermen en promoten van ICE.

Hoewel toerisme tal van voordelen biedt, brengt het ook risico's met zich mee voor ICE als het niet zorgvuldig wordt beheerd. Overcommercialisering kan leiden tot verlies van authenticiteit en verwatering van culturele tradities. Om dit te voorkomen, is een duurzame aanpak cruciaal.

Bij de integratie van ICE in de ontwikkeling van het toerisme moeten gemeenschappen de belangrijkste beslissers zijn over hoe hun cultureel erfgoed wordt gedeeld en gepresenteerd aan bezoekers. De ontwikkeling van het toerisme moet beperkt blijven tot wat comfortabel is voor de lokale bevolking.

Het bereiken van deze doelen kan een uitdaging zijn, maar niet als je het met de hulp van anderen doet. Hierbij gaat het om lokale gemeenschappen, erfgoedbeheerders, ngo's, toeristische bedrijven en lokale overheden. Door samen te werken kan toerisme een middel worden voor cultureel behoud, economische empowerment en milieubeheer, waar zowel bezoekers als gastgemeenschappen op lange termijn van profiteren.

2. Behoud en promotie van ICE: strategieën voor het waarderen van cultureel toerisme dat een positieve impact heeft op de gemeenschap

Cultureel toerisme is nauw verbonden met het unieke erfgoed, de tradities en de activiteiten die op een bepaalde locatie beschikbaar zijn. Elke plaats biedt unieke culturele bronnen die de toeristische aantrekkingskracht ervan bepalen. De culturele toeristen van vandaag zijn niet alleen geïnteresseerd in *sightseeing*, ze zijn op zoek naar zinvolle ervaringen, diepgaande kennis en entertainment. Ze voelen zich aangetrokken tot het lokale erfgoed, de geschiedenis, de mensen, de tradities, de keuken en de ambachtelijke producten – elementen die het best tot uiting komen in boeiende verhalen.

Wanneer lokale gemeenschappen deelnemen aan de ontwikkeling van het toerisme, bevordert dit zinvolle uitwisselingen tussen bezoekers en inwoners. Dergelijke interacties bevorderen het cultureel begrip en creëren een open, zelfverzekerde samenleving. Bovendien, wanneer toeristen de lokale cultuur waarderen, verhoogt dit het zelfbeeld van de gemeenschap en versterkt het hun culturele identiteit.

Cultureel toerisme vergroot ook het bewustzijn van het belang van het behoud van lokaal erfgoed. Dit moedigt gemeenschappen aan om hun immaterieel cultureel erfgoed actief te beschermen, in praktijk te brengen en te promoten, terwijl ze ook het tastbaar erfgoed in stand houden. Als gevolg daarvan kan toerisme dienen als katalysator voor territoriale planning en ontwikkeling. Naast culturele verrijking kan toerisme investeringen aantrekken, lokale bedrijven versterken en de werkgelegenheid vergroten. Cultureel erfgoed is niet alleen een belangrijke trekpleister voor toeristen, maar speelt ook een cruciale rol bij het aantrekkelijk maken van een plaats voor langetermijninvesteringen en duurzame ontwikkeling.

Bedenk bovendien welke kracht digitalisering aan dit hele kader bijdraagt. Digitalisering maakt een bredere toegang tot het lokale culturele erfgoed mogelijk, waardoor verschillende groepen in de samenleving ermee in aanraking kunnen komen, zelfs zonder de locatie fysiek te bezoeken. Tegelijkertijd kan het de belangstelling voor deze plaatsen aanwakken en zelfs bezoeken aan de meest landelijke en afgelegen gebieden stimuleren. Met de opkomst van sociale media kunnen toeristische aanbieders een wereldwijd publiek effectiever dan ooit tevoren bereiken.

2. Cultuur in actie: duurzame projecten met een doel vormgeven

Samenvatting

In de context van plattelandsontwikkeling bieden duurzame culturele projecten een zinvolle manier om erfgoedbehoud te koppelen aan economische en sociale vernieuwing. Lokale gemeenschappen zijn rijk aan immaterieel cultureel erfgoed en beschikken over waardevolle hulpbronnen die, wanneer ze worden geïntegreerd in cultureel toerisme of creatieve industrieën, inclusieve ontwikkeling kunnen bevorderen. Het plannen en uitvoeren van culturele projecten betekent het benutten van tradities voor innovatie, het genereren van inkomsten en sociale cohesie. Succesvolle culturele initiatieven zijn initiatieven waarbij lokale gemeenschappen bij elke fase worden betrokken – van ideeënvorming en planning tot uitvoering en evaluatie. Deze inclusieve aanpak zorgt voor relevantie, eigenaarschap en langetermijneffecten. Projecten die aansluiten bij de Agenda 2030 en de Duurzame Ontwikkelingsdoelen (SDG's) van de VN kunnen plattelandsgebieden helpen om mondiale doelstellingen te halen en tegelijkertijd in lokale behoeften te voorzien. Duurzame culturele projecten moeten zich ook aanpassen aan hedendaagse instrumenten en technologieën. Of het nu gaat om digitale storytelling, duurzame toeristische platforms of e-commerce, actoren op het platteland kunnen hun bereik vergroten, erfgoed beschermen en zinvolle, toekomstgerichte bestaansmiddelen creëren die geworteld zijn in cultuur en gemeenschap.

1. VN-Agenda 2030 en SDG's: concepten van duurzaamheid en voorbeelden van duurzame praktijken in gemeenschappen

De Agenda 2030 voor duurzame ontwikkeling, die in 2015 door alle lidstaten van de Verenigde Naties is aangenomen, is een universele oproep tot actie om een einde te maken aan armoede, de planeet te beschermen en ervoor te zorgen dat alle mensen

in 2030 vrede en welvaart genieten. De agenda is gebaseerd op 17 duurzame ontwikkelingsdoelstellingen (SDG's), ondersteund door 169 specifieke doelstellingen.



Fig. 1 Duurzame ontwikkelingsdoelstellingen. Bron: <https://sdgs.un.org/goals>

Hoewel de SDG's een mondiaal karakter hebben, hangt het succes ervan van lokale maatregelen af. Toerisme draagt bij aan vooruitgang op meerdere gebieden en wordt expliciet genoemd in drie SDG's: doelstellingen 8, 12 en 14.

SDG 8: Waardig werk en economische groei: Toerisme is een belangrijke mondiale economische motor die banen, inkomsten en ondernemerskansen genereert.

SDG 12: Verantwoorde consumptie en productie: Toerisme stimuleert een meer bewuste omgang met hulpbronnen, zowel door aanbieders als consumenten.

SDG 14: Leven onder water: Kust- en maritiem toerisme is nauw verbonden met de gezondheid van oceanen en mariene ecosystemen. Door het mariene leven te beschermen, kunnen kustgemeenschappen blijven vertrouwen op deze ecosystemen voor voedsel, toerisme en culturele identiteit.

Denk nu eens aan je eigen stad – er is vast wel een voorbeeld te vinden van hoe toerisme helpt om immaterieel cultureel erfgoed onder de aandacht te brengen. Enkele voorbeelden zijn: festivals, folklore, handwerk en traditionele gerechten. Bezoekers nemen deel aan authentieke ervaringen, terwijl de lokale bevolking profiteert van nieuwe banen en de mogelijkheid om tradities door te geven (ondersteunt SDG's 8, 11, 12).

Bedenk of er ook een voorbeeld is dat een digitaal element bevat. Bijvoorbeeld: digitale platforms om verhalen te delen, toeristische producten te promoten en handgemaakte artikelen wereldwijd te verkopen. Dit vergroot de zichtbaarheid, breidt markten uit en stimuleert digitale inclusie (SDG's 9, 10, 17).

2. Duurzame ontwikkeling en plattelandsgemeenschappen. Relatie tussen lokale culturele praktijken en duurzaamheid

Duurzame ontwikkeling, zoals gedefinieerd in het Brundtland-rapport (1987), is "ontwikkeling die voorziet in de behoeften van het heden zonder het vermogen van toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien in gevaar te brengen".

Zoals je in deze definitie kunt zien, moet duurzame ontwikkeling diep geworteld zijn in de lokale context. Cultureel toerisme en de productie van traditionele ambachten of regionale voedingsmiddelen openen nieuwe economische mogelijkheden die de inkomstenbronnen op het platteland diversifiëren. Deze sectoren zijn vaak afhankelijk van kleinschalige activiteiten met een lage impact die beter verenigbaar zijn met duurzame ontwikkeling.

Effectieve plattelandsontwikkeling vereist sectoroverschrijdende partnerschappen: tussen overheidsinstanties, particuliere bedrijven, het maatschappelijk middenveld en de bewoners zelf. Bovendien zorgt samenwerking tussen generaties ervoor dat traditionele kennis behouden blijft en dat innovatieve ideeën en technologieën van jongeren worden omarmd. Deze inclusiviteit bevordert ook het lokale eigenaarschap van initiatieven, waardoor projecten duurzamer en impactvoller worden.

Mensen op het platteland hebben in het algemeen meer kans om sterke banden met hun burens te smeden en een gemeenschapsgevoel op te bouwen. Daarom is het

cruciaal om ruimtes en mechanismen voor dialoog en netwerken te creëren. Dit kunnen coöperatieve platforms, lokale ontwikkelingsgroepen, regionale erfgoedallianties en digitale gemeenschappen zijn. Het bevorderen van communicatie tussen belanghebbenden op het platteland helpt sociaal isolement te doorbreken, stimuleert samenwerking en stemt inspanningen af op gezamenlijke doelen.

Innovatie gaat niet alleen over technologie, maar ook over het vinden van creatieve manieren om traditionele praktijken aan te passen aan de huidige realiteit. Innovatie ontstaat vaak op het snijvlak van cultureel erfgoed en digitale hulpmiddelen. Door culturele kennis te integreren met technologie kunnen gemeenschappen een duurzame levensstijl, geworteld in traditionele wijsheid, in stand houden en bevorderen. Initiatieven zoals digitale storytelling, online marktplaatsen, virtuele culturele rondleidingen en erfgoededucatie op afstand stellen plattelandsgemeenschappen in staat om hun identiteit met de wereld te delen.

3. Integratie met de lokale economie. Hoe cultureel toerisme de plattelandsentwikkeling kan stimuleren.

Cultureel toerisme biedt plattlandsgebieden een manier om hun economie te diversifiëren. Het vervangt het bestaande plattlandsbestaan niet, maar vult deze aan door culturele expressie te integreren in toeristische ervaringen. Boeren, ambachtslieden en dragers van tradities worden onderdeel van een bredere waardeketen die inspeelt op de interesses van cultureel nieuwsgierige reizigers. Het openen van accommodaties zoals pensions, homestays of eco-lodges, evenals aanvullende diensten zoals catering, vervoer, rondleidingen en de productie van souvenirs, kan een lokale toeristische economie creëren die ondernemerschap stimuleert en banen op verschillende vaardigheidsniveaus creëert.

Een van de onderscheidende kenmerken van cultureel toerisme is het potentieel om lokale samenwerking te stimuleren. Door samen te werken – als toeristische dienstverleners, gastheren, artiesten of producenten – creëren leden van de gemeenschap gezamenlijk economische en sociale waarde, wat een meer rechtvaardige ontwikkeling bevordert. Leden van de gemeenschap kunnen rollen

vinden die aansluiten bij hun vaardigheden en interesses, wat de inclusiviteit en cohesie vergroot.

Een van de meest urgente uitdagingen in de plattelandsontwikkeling is de migratie van jongeren. In het kader van cultureel toerisme kunnen jonge ondernemers kansen vinden in digitale marketing, rondleidingen, evenementenplanning of agrotourisme, terwijl ze ook de mogelijkheid hebben om te werken aan duurzame bedrijven die hun erfgoed erkennen.

Culturele toeristen zijn vaak enthousiaste consumenten van lokale producten, of het nu gaat om ambachtelijke producten, zelfgemaakte conserven, traditionele graansoorten of regionale wijnen. Door deze producten onder de aandacht te brengen in het toeristische aanbod, kunnen lokale boeren en producenten toegang krijgen tot nieuwe markten en hun klantenbestand uitbreiden. Dit kan onder meer door directe verkoop aan bezoekers, deelname aan boerenmarkten of samenwerking met restaurants en accommodatieverstrekkers.

3. De creatieve impuls van het platteland: innovatie in een landelijke context

Samenvatting

Plattelandsgebieden ontwikkelen zich tot bruisende plekken voor innovatie en creativiteit, gedreven door het potentieel van cultureel erfgoed en gemeenschapsgerichte economieën. De creatieve economie – die ambachten, gastronomie, beeldende kunst, festivals en andere traditionele uitingen omvat – is een krachtig instrument gebleken voor plattelandsontwikkeling. Innovatie is in deze context diep geworteld in culturele authenticiteit, waarbij lokale kennis en vaardigheden worden aangepast aan hedendaagse behoeften. Creatief toerisme, digitale storytelling en samenwerking tussen gemeenschappen behoren tot de praktijken die zowel cultureel behoud als economische veerkracht ondersteunen.

Door nieuwe technologieën en creatieve modellen te omarmen, creëren plattelandsgemeenschappen kansen voor duurzame groei, milieubeheer en zinvolle culturele uitwisseling. In dit hoofdstuk wordt onderzocht hoe culturele innovatie in een landelijke omgeving inclusieve ontwikkeling kan stimuleren, erfgoed kan omzetten in levende praktijk en unieke, participatieve ervaringen kan creëren die zowel de lokale bevolking als bezoekers ten goede komen.

1. Concepten en toepassingen: innovatie en creativiteit toegepast op plattelandsomgevingen.

Een van de belangrijkste drijfveren voor ontwikkeling in plattelandsgebieden is de creatieve economie. Zoals benadrukt in het rapport *Tourism and the Creative Economy* (2014) van de OESO: "Kennis en vaardigheden zijn cruciaal geworden voor het creëren van waarde in de economie als geheel, en met name de creatieve industrieën zijn een belangrijke economische, culturele en sociale kracht geworden. Ze bevorderen groei en werkgelegenheid, dragen bij aan innovatie, ondernemerschap en de ontwikkeling van vaardigheden, ondersteunen stedelijke en plattelandsvernieuwing, stimuleren de export, behouden de culturele identiteit en versterken de culturele diversiteit."

Het creatieve economiemodel stimuleert samenwerking en vergemakkelijkt de integratie van lokale tradities met de hedendaagse marktvraag. Het draagt ook aanzienlijk bij aan de aantrekkingskracht van plattelandsgebieden door middel van creatief toerisme. Dit model biedt bezoekers de kans om actief deel te nemen aan de lokale cultuur door middel van praktische, authentieke ervaringen.

Naast de bekende traditionele mediakanalen biedt het internet ons vandaag de dag een breed scala aan mogelijkheden, zoals we hebben gezien in de vorige module: 'Verhalen online brengen: digitale verhalen hosten en delen'. De integratie van technologie en digitale hulpmiddelen vergroot het creatieve potentieel van plattelandsgemeenschappen nog verder door hun bereik te vergroten, de documentatie te verbeteren en digitale verhalen mogelijk te maken die over geografische grenzen heen weerklink vinden.

Digitale storytelling speelt een cruciale rol in het versterken van creatief toerisme door lokale verhalen, tradities en ervaringen tot leven te brengen via boeiende multimediaformaten. Door beeld, geluid, tekst en persoonlijke verslagen te combineren, kunnen gemeenschappen authentieke verhalen delen die resoneren met toeristen die op zoek zijn naar betekenisvolle en meeslepende ervaringen. Technologieën helpen bezoekers meer inzicht te krijgen in de lokale cultuur en moedigen respectvol omgaan met het lokale erfgoed aan. Voor toerisme professionals en leden van de gemeenschap biedt digitale storytelling een krachtig, goedkoop hulpmiddel om bestemmingen te promoten, cultureel nieuwsgierige reizigers aan te trekken en duurzame toeristische ontwikkeling te ondersteunen die geworteld is in de lokale identiteit.

2. Hulpmiddelen om creativiteit te stimuleren: methoden om lokale creativiteit te bevorderen.

Maak een wandeling en zoek een lokale werkplek, een rustige en inspirerende plek, kijk naar de details, verbind ideeën met je burens – je zult ongetwijfeld talloze bronnen van inspiratie om je heen ontdekken.

Om creatief toerisme te laten bloeien, is het essentieel om een sterk creatief netwerk op te zetten dat kan worden ondersteund door meerdere creatieve hubs in de regio. Deze hubs moeten fungeren als ankers voor lokale creatievelingen – ambachtslieden, kunstenaars, artiesten en cultuurbeoefenaars – door ruimte, hulpmiddelen, samenwerkingsmogelijkheden en zichtbaarheid te bieden. Stimulansen en ondersteunende instrumenten (zoals subsidies, residenties, mentorprogramma's of marketingondersteuning) kunnen creatievelingen aanmoedigen om zich te vestigen in deze hubs of hun werk daar uit te breiden.

Vanuit het oogpunt van toeristische ontwikkeling zijn de strategische locatie en infrastructuur van creatieve hubs van cruciaal belang. De bereikbaarheid via wegennetwerken, de beschikbaarheid van openbaar vervoer en de nabijheid van accommodatiemogelijkheden zijn allemaal van invloed op de bezoekersstroom.

Het herbestemmen van erfgoedgebouwen als creatieve ruimtes dient een tweeledig doel. Het biedt niet alleen functionele infrastructuur voor artistieke activiteiten, maar

zorgt ook voor een duurzaam hergebruik van materieel cultureel erfgoed. Wanneer deze gebouwen op een zorgvuldige manier worden aangepast, worden ze een centraal punt voor maatschappelijke betrokkenheid, creativiteit en toerisme, waardoor het regionale toeristische aanbod meer diepgang en uniciteit krijgt.

Een goed gestructureerd creatief netwerk biedt zichtbaarheid en context, waardoor beoefenaars hun werk kunnen positioneren als relevant, waardevol en betekenisvol in een hedendaagse setting. Door middel van workshops, demonstraties en co-creatie-ervaringen krijgen bezoekers een diepere waardering voor traditionele kennis en de moderne toepassingen ervan, waardoor ambachten worden omgezet in levende praktijken in plaats van statische tentoonstellingen.

3. Innovatie-instrumenten: principes van design thinking, agile methodologieën en sociale innovatie toegepast op toerisme en cultureel erfgoed.

Innovatie-instrumenten zoals design thinking, agile methodologieën en sociale innovatie kunnen strategisch worden toegepast op toerisme en cultureel erfgoed, waardoor plattelandsgemeenschappen in staat worden gesteld om zinvolle, adaptieve en duurzame oplossingen te creëren.

Design thinking

Design thinking is een probleemoplossende benadering die zich richt op de behoeften en ervaringen van de eindgebruiker.

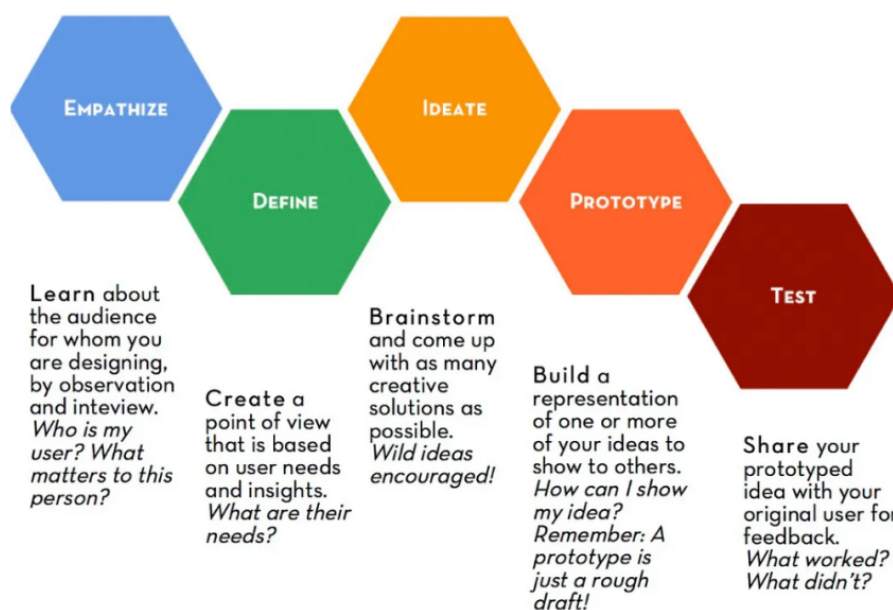


Fig. 2 Design thinking. Bron: <https://vendiclarberg.medium.com/ironhacks-prework-design-thinking-challenge1-4246c8d5c02>

Agile denken

Agile denken is het vermogen om effectieve oplossingen te vinden in onzekere situaties. Het is een mentaliteit die meer waarde hecht aan het reageren op veranderingen dan aan het volgen van een vast plan, die communicatie en samenwerking benadrukt, zich richt op het snel leveren van kleine, bruikbare stukjes werk en continue verbetering ondersteunt.

Agile denkmethodologieën zijn geworteld in het Agile Manifesto, oorspronkelijk ontwikkeld voor softwareontwikkeling, maar nu breed toegepast in verschillende sectoren. Enkele van de meest voorkomende agile methodologieën zijn:

- **Scrum** – Een raamwerk dat werk organiseert in kleine, tijdgebonden iteraties, sprints genaamd. <https://scrumguides.org/>
- **Lean** – Een methodologie die gericht is op het maximaliseren van waarde en het minimaliseren van verspilling. <https://www.planview.com/resources/guide/lean-principles-101/>

- **Kanban** – een methodologie die gericht is op het visualiseren van werk, het beperken van werk in uitvoering en het verbeteren van de doorstroming.
<https://businessmap.io/kanban-resources/getting-started/what-is-kanban-board>
- **Extreme Programming (XP)** – een methode die de nadruk legt op technische uitmuntendheid, met praktijken zoals pair programming en continue integratie.
<https://www.agilealliance.org/glossary/xp/>

Sociale innovatie

Sociale innovatie is een benadering die gericht is op het ontwikkelen van nieuwe oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen, zoals armoede, ongelijkheid, onderwijs of klimaatverandering, en het verbeteren van het leven van mensen. Het is gericht op de werkelijke behoeften van gemeenschappen, betreft meerdere belanghebbenden, heeft tot doel systemen te transformeren en omvat duurzame doelstellingen zoals sociale en ecologische voordelen op de lange termijn.

Gids voor sociale innovatie in gemarginaliseerde plattelandsgebieden:
https://ec.europa.eu/enrd/sites/enrd/files/social_innovation_guide_for_practitioner_s.pdf

4. Case studies

Hier volgen enkele praktijkvoorbeelden van projecten waarin de concepten en ideeën uit deze module in de praktijk zijn gebracht. Ben je klaar om je te verdiepen in de case studies?

1. Bezoek Empordanet

Een krachtig voorbeeld van culturele innovatie die duurzaamheid, betrokkenheid van de gemeenschap en behoud van erfgoed integreert, is het creatieve toerismeplatform in Spanje www.visitempordanet.com. Dit initiatief laat zien hoe toerisme kan worden opgebouwd rond het immateriële culturele erfgoed van lokale gemeenschappen, zoals traditionele ambachten en diepgewortelde kennis van de natuur. De website fungeert

als een digitale catalogus, presenteert het unieke verhaal van de regio en biedt gedetailleerde beschrijvingen van lokale ervaringen, gepresenteerd door leden van de gemeenschap zelf. Het bevat een kalender met rondleidingen en praktische workshops, die actieve deelname aan culturele tradities bevorderen. Door de nadruk te leggen op storytelling, viert het platform de authenticiteit en het unieke karakter van elke activiteit, terwijl het bezoekers aanmoedigt om lokale producten te proeven, te ontdekken en te kopen. Het is een sterk voorbeeld van strategische toeristische planning die niet alleen de lokale economie ondersteunt, maar ook een gevoel van trots en continuïteit binnen de gemeenschap bevordert.

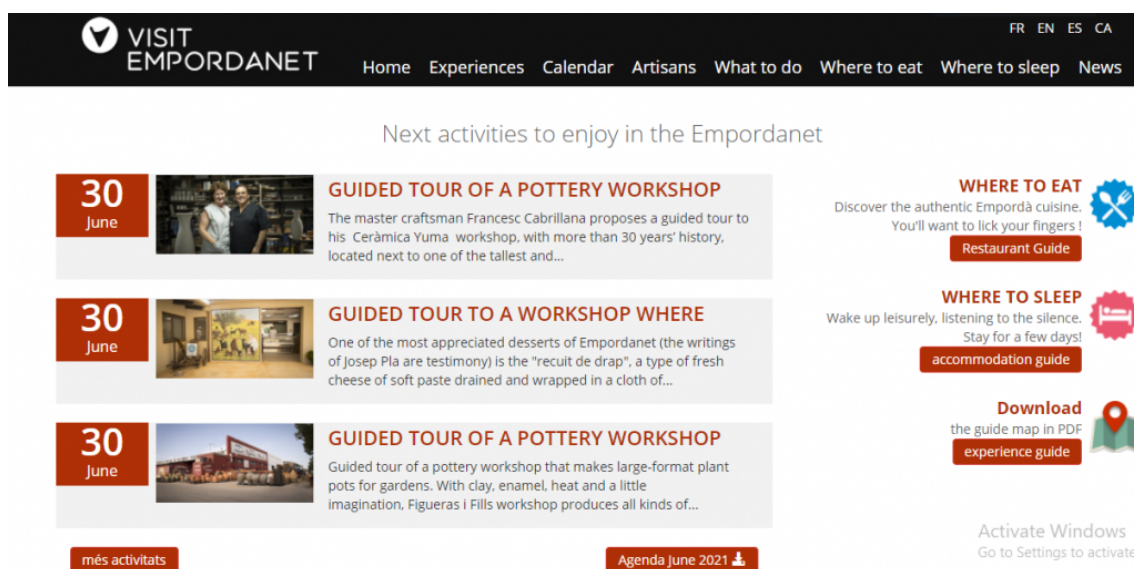


Fig. 3 Toerismeplatform: Bezoek Empordanet

2. Āraiši Lēgēdas. Interactief spel

Het gebruik van interactieve game-apps voor digitale storytelling biedt een dynamische en boeiende manier om cultureel erfgoed te promoten en creatief toerisme te ondersteunen. Deze apps combineren storytelling met spelmechanismen



Fig. 4 Interactieve game "Āraišu Lēģendas"

– zoals quests, puzzels en verkenning – om gebruikers onder te dompelen in lokale tradities, geschiedenis en landschappen.

Een uitstekend voorbeeld van digitale storytelling via interactieve game-apps is te vinden in Āraiši, Letland. Daar werd de interactieve game "Āraišu Lēģendas" ("Legendes van Āraiši") ontwikkeld als toeristisch product met behulp van de game-applicatie Actionbound. De app, die gratis kan worden gedownload, leidt spelers door een kaart met cultureel belangrijke locaties, die elk gekoppeld zijn aan lokale legendes. Bij elke stop komen

gebruikers verhalen, visuele inhoud en vragen tegen die hun begrip van het erfgoed van het gebied verdiepen. Dit interactieve format informeert bezoekers niet alleen op een leuke manier, maar moedigt ook aan om de regio te verkennen, waardoor toerisme aantrekkelijker en toegankelijker wordt dankzij moderne technologie, wat vooral door jongere reizigers wordt gewaardeerd.

HULPMIDDELEN VOOR ZELFBEOORDELING

VRAGEN VOOR ZELFREFLECTIE

- 1) Denk aan een traditie, gebruik of lokale vaardigheid uit jouw omgeving. Hoe zou deze met toeristen kunnen worden gedeeld met respect voor de culturele integriteit ervan?
- 2) Zou digitale storytelling hiervoor effectief zijn? Waarom wel of waarom niet?
- 3) Wat zijn de mogelijke risico's van het promoten van ICE via toerisme? Hoe kunnen deze worden beperkt?
- 4) Hoe kunnen we volgens jou een evenwicht vinden tussen de groei van het toerisme en de bescherming van lokale tradities?
- 5) Hoe kunnen creativiteit en innovatie de ervaringen van plattelandstoerisme verbeteren?
- 6) Noem een initiatief op het gebied van cultureel toerisme (uit de module of elders) dat jou heeft geïnspireerd. Wat maakte dit initiatief succesvol?

ZELFEVALUATIE TEST

- 1) Wat zijn de belangrijkste componenten van duurzaam toerisme en hoe ondersteunen ze immaterieel cultureel erfgoed (ICE)?
 - a) Alleen fysiek erfgoed promoten door middel van rondleidingen
 - b) Focus op entertainment en winst door middel van massatoerisme
 - c) Economische, ecologische en sociaal-culturele aspecten die zorgen voor het behoud van erfgoed op lange termijn
- 2) Welke van de volgende instrumenten kunnen het cultureel toerisme op het platteland via digitale platforms verbeteren?
 - a) Buitenreclame en advertenties in kranten
 - b) Gedrukte brochures

- c) Virtuele rondleidingen, sociale media en digitale storytelling
- 3) Waarom is betrokkenheid van de gemeenschap belangrijk bij cultureel toerisme?**
- a) Het zorgt ervoor dat de gemeenschap controle heeft over en profiteert van de manier waarop hun cultuur wordt gepresenteerd
 - b) Het vermindert de kosten voor het inhuren van professionals
 - c) Het zorgt ervoor dat toeristen zich beter voelen
- 4) Wat is creatief toerisme?**
- a) Cultureel toerisme is alleen voor musea; creatief toerisme is voor festivals
 - b) Creatief toerisme legt de nadruk op praktische, participatieve ervaringen en co-creatie
 - c) Creatief toerisme houdt in dat je naar voorstellingen gaat kijken
- 5) Hoe ondersteunt cultureel toerisme de Duurzame Ontwikkelingsdoelen (SDG's) van de Verenigde Naties?**
- a) Door plattelandsgemeenschappen aan te moedigen traditionele praktijken op te geven
 - b) Door bij te dragen aan het creëren van banen, verantwoord consumeren en het welzijn van de gemeenschap
 - c) Door toerisme in afgelegen gebieden te ontmoedigen om deze te beschermen
- 6) Hoe kunnen traditionele ambachten en kennis worden vernieuwd om ze relevant te maken voor de moderne tijd?**
- a) Door ontwerpen en toepassingen aan te passen met behoud van authenticiteit
 - b) Door ze om te vormen tot massaal geproduceerde souvenirs
 - c) Door ze volledig te vervangen door nieuwe producten

Oplossingen

- 1) C
- 2) C
- 3) A
- 4) B
- 5) B
- 6) A

Referenties

Brundtland, G.H. (1987). Rapport van de Wereldcommissie voor Milieu en Ontwikkeling: Our Common Future digitallibrary.un.org/record

Ioan-Franc, V., Istoc, E.M. (2007). Cultureel toerisme en duurzame ontwikkeling ipe.ro/rjef/rjef1_07/rjef1_07_7.pdf

Colucci, M., Palermo, A., Francini, A. (2015). De duurzame ontwikkeling van plattelandsgebieden. atlantis-press.com/proceedings

Jarábková, J., Hamada, M. (2012). Creativiteit en plattelandstoerisme researchgate.net/publication/270173158_Creativity_and_Rural_Tourism

Kim, S., Whitford, M., Arcodia, C. (2021). Ontwikkeling van immaterieel cultureel erfgoed als duurzame toeristische bron: het perspectief van beoefenaars van immaterieel cultureel erfgoed taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003130253-4/development-intangible-cultural-heritage-sustainable-tourism-resource-intangible-cultural-heritage-practitioners-perspectives-soojung-kim-michelle-whitford-charles-arcodia

López-Sanz, J.M., Penelas-Leguía, A., Gutiérrez-Rodríguez, P., Cuesta-Valiño, P. (2021). Plattelandstoerisme en de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen. Een onderzoek naar de variabelen die het gedrag van toeristen het meest beïnvloeden frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.722973/full

Richards, G. (2020). Creatieve plekken ontwerpen: de rol van creatief toerisme sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738320300669?via%3Dihub

Richards, G. (2023). Cultureel en creatief toerisme in landelijke en afgelegen gebieden crocuseurope.eu/wp-content/uploads/CROCUS-literature-review-cultural-and-creative-tourism.pdf

Rosyadi, S., Haryanto, A., Kusuma, A.S., Fitrah, E. (2019). De rol van de creatieve economie bij het bevorderen van duurzame plattelandsontwikkeling

researchgate.net/publication/338445244_The_Role_of_Creative_Economy_in_Promoting_Sustainable_Rural_Development

UNESCO (2008). Naar duurzame strategieën voor creatief toerisme
unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811

Wasela, K. (2023). De rol van immaterieel cultureel erfgoed in de ontwikkeling van cultureel toerisme
[article_363738_0dbd0a81ce847507aed152f628e1ebde.pdf](#)

WTO (2005). Toerisme duurzamer maken – Een gids voor beleidsmakers
unep.org/resources/report/making-tourism-more-sustainable-guide-policy-makers

Aanvullende informatiebronnen

Agenda 2030 sdgs.un.org/2030agenda

OESO-studies over toerisme "Toerisme en de creatieve economie"
oecd.org/publications/tourism-and-the-creative-economy-9789264207875-en.htm

UNWTO, "Toerisme en de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen – Reis naar 2030",
Toerisme en de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen – Reis naar 2030

WTO, "Toerisme en immaterieel cultureel erfgoed", Toerisme en immaterieel cultureel erfgoed | Wereldorganisatie voor Toerisme

Agile Manifesto: agilemanifesto.org