

Vakblad voor public folklore & public history

Levend

Jaargang 8
nummer 2 2011
www.volkscultuur.nl

Erfgoed



| Jongeren en
Immaterieel erfgoed

Inhoud

3 Voorwoord

5 Anne de Leeuw en Corneliëke de Klerk
Immaterieel erfgoed 'In the Picture'
Jongeren en immaterieel erfgoed

10 Anne Schepers
Kunstenaars of vandalen?
Graffiti en het UNESCO-verdrag ter bescherming van Immaterieel Cultureel Erfgoed

13 Inge Vollaard
Alles is weer waardeloos
Een onderzoek naar de Rotterdamse interesse voor toekomstig erfgoed

17 Astrid Hoogendijk
Ik beleef, dus ik ben!
Beleving als middel om jongeren zich meer te laten interesseren in cultuur, historie en erfgoed

21 Sanne Groeneboer
Een verbijsterend, donker spoor
Onderzoek naar de beweegredenen van donker toerisme, aan de hand van de casus de Jack de Ripper tour

24 Zach Jansen
Een tentoonstelling met ballen
Tentoonstellingsontwerpen met erfgoedstudenten

27 Veerle Simons
Moeders en ideale vrouwen
Twee tentoonstellingen nader bekeken

31 Nathaly Pinto
Cultural Heritage Safeguarding
Living re-mediation as the key

Voorwoord

Toen in de redactie het onderwerp 'Jongeren en immaterieel erfgoed' werd voorgesteld, ontstond al snel het idee om dit nummer dan ook vol te laten schrijven door jongeren, door studenten. We vonden deze studenten via hun docenten aan HBO-opleidingen en universiteiten, die wij een e-mail stuurden met een verzoek om bijdragen. En met succes, we kregen zo'n dertig reacties. In deze aflevering hebben we de interessantste thema's en ideeën geselecteerd, waarbij we ook hebben gestreefd naar een zo goed mogelijke spreiding over de verschillende onderwerpen, met speciale aandacht voor immaterieel erfgoed.

We hoopten dat jongeren op een nieuwe, verfrissende manier naar erfgoed zouden kijken, die zou aansluiten bij hun belevingswereld. Over wat erfgoed is, of zou moeten zijn, bestaan soms vastgeroeste oordelen, waarop, zoals dat gaat, ouderen een meer dan gemiddeld stempel drukken. Maar, dacht de redactie, wat voor een oudere generatie nauwelijks legitimatie behoeft, zoals een bijzonder voorwerp dat in een museum wordt bewaard of, uit het domein van het immaterieel erfgoed, een bepaalde religieuze processie met een lange traditie, hoeft bij jongeren niet automatisch hetzelfde gevoel op te roepen als bij ouderen.

Waarden

In dit themanummer gaat het er niet om hoe oude en bedagde instellingen jongeren kunnen betrekken bij hun erfgoedactiviteiten. Het perspectief ligt veeleer omgekeerd: wat vinden jongeren interessant, waardoor worden zij *getriggered*? Opvallend is dat in de meeste artikelen in deze aflevering de jonge auteurs niet uitgaan van een of andere vastomlijnd idee over erfgoed maar dat ze op pad zijn gegaan om mensen er naar te vragen. Te vaak nog staan in de erfgoedwereld de objecten centraal, die een of andere objectieve status hebben omdat ze in een museum worden bewaard. Zo staan vaak ook gebouwen centraal omdat ze op een monumentenlijst staan, waarbij het oordeel van deskundigen de doorslag geeft. Maar we moeten beseffen dat erfgoed een proces van waardetoekenning is en dat je niet uit moet gaan van objecten maar van mensen en wat zij van waarde vinden, dat is de insteek van de jongeren die voor deze aflevering hebben geschreven. Zoals Inge

Vollaard, die 452 Rotterdammers heeft gevraagd welke items ze in de stad zouden willen bewaren. De Erasmusbrug eindigde hoog, maar niet vanwege de monumentale waarde die hij vertegenwoordigt maar vanwege de icoonwaarde voor de stad en vanwege de herinneringen die ermee zijn verbonden als ontmoetingsplek. Dit geldt ook voor andere ontmoetingsplekken zoals de parken in de stad en een jaarlijks terugkerend festival als Dunya. Het blijkt op een andere manier ook uit het artikel van Zach Jansen, die een kersttentoonstelling ontwierp voor het Westfries Museum in Hoorn: voor hem staan niet de voorwerpen centraal maar het kerstgevoel van mensen dat je met je tentoonstelling wil oproepen.

De zachte, immateriële waarden staan centraal. Ook in het artikel van Anne de Leeuw en Cornelië de Klerk. Zij hebben jongeren gevraagd naar wat zij belangrijk immaterieel erfgoed vinden. De jongeren noemden zaken als sport, vriendschap, tolerantie en nieuwe sociale media. Geen van allen zaken waaraan gedacht wordt bij de opstelling van de Nederlandse immaterieel erfgoedlijst. De jongerenvertegenwoordigers van UNESCO willen de resultaten gebruiken om de stem van Nederlandse jongeren te laten horen. Deze stem is van groot belang, omdat bij immaterieel erfgoed immers het draagvlak bij volgende generaties noodzakelijk is voor het voortbestaan ervan.

Beleving

In deze aflevering van *Levend Erfgoed* zijn twee artikelen opgenomen over *dark tourism*, een onderwerp dat gezien het grote aantal inzendingen van studenten, blijkbaar bijzonder in de belangstelling staat van jongeren. Ook hier blijkt dat jongeren niet zozeer op zoek zijn naar een concreet object, maar naar een ervaring. *Dark tourism* biedt een belevenis en dan liefst nog een die je doet griezelen, de dood. Astrid Hoogendijk schrijft over de Amsterdam Dungeon maar minstens zo illustratief zijn de foto's bij dit artikel, waarop jongeren zichzelf laten fotograferen aan een executiepaal, terwijl anderen eraan met een bijl zwaaien. Net zo illustratief voor de erfgoedbeleving van jongeren is het artikel van Sanne Groeneboer, over de Jack de Ripper Tour in Londen. Veel tastbare restanten van de moordprak-

Moord en doodslag
als een dagje uit:
de fascinatie van
jongeren voor dood
en geweld.



tijken van deze beroemde Engelse moordenaar zijn er niet, alleen hier en daar een herinneringsplaatje zoals voor 'Catherine Eddowes 1842-1888 murdered here'. Toch trekt de tour heel veel belangstelling, het is blijkbaar het idee dat aanspreekt, namelijk dat je in de voetsporen van een moordenaar loopt. Bij *dark tourism* gaat het om beleving en dan ook nog eens één met een donkere rand. Uit het voorbeeld wordt ook duidelijk dat jongeren het blijkbaar tevens zoeken in spannende en controversiële onderwerpen, zoals jongerencultuur zelf soms ook controversieel van karakter kan zijn. Aan de hand van het voorbeeld graffiti pleit Anne Schepers ervoor dat ook controversiële vormen van jeugdcultuur een plaats zouden moeten krijgen op de immaterieel erfgoedlijst.

Als je jongeren wilt aanspreken, dan moet je ze laten delen in een ervaring. En niet het object staat centraal maar de emotie die ermee verbonden is. Het geldt ook voor het doorgeven van immaterieel erfgoed waarover Nathaly Pinto, een student uit Ecuador die hier in Nederland studeerde, schrijft in een meer theoretisch getint artikel. Pinto legt in haar stuk de nadruk op *action* en op *agents*. Ook hier gaat het dus weer over waardering en wat mensen doen, en niet zozeer om objecten of de tradities zelf. Vanuit een meer theoretische invalshoek komt zij op hetzelfde uit als de andere auteurs in deze aflevering. Maar waar in de andere artikelen vaak een concreet project het uitgangspunt vormt, begint zij met de theorie al komt ook zij uiteindelijk uit in de

praktijk, bij het Sint Maarten project in Utrecht, waar zij een korte stage deed. De conclusie is duidelijk: erfgoed is levende cultuur en de waarde ervan ligt in de beleving en de ervaring. Erfgoed is eerder een gevoel dan een concreet object. Het is dat gevoel dat je moet doorgeven. Het is dat gevoel waar het erfgoedaspect in schuilt.

De redactie wilde graag deze visies horen en publiceren. Dat wil niet zeggen dat wij ons vanaf nu helemaal bekeren tot emotie, beleving en consumptie van het verleden in de vorm van immaterieel erfgoed. We willen graag, als kritische historici en cultuurwetenschappers, de discussie aangaan met wat er in dit nummer naar voren is gebracht. Maar dát deze visies van onze jonge toekomstige collega's er nu zijn is winst en het is een plezier om ze te lezen!

Hendrik Henrichs
Albert van der Zeijden
redactie *Levend Erfgoed*

Immaterieel erfgoed 'In the picture'

Jongeren en immaterieel erfgoed

Met je fotocamera op stap om jouw immaterieel erfgoed vast te leggen voor het project 'In the picture'. Op deze manier willen de jongerenvertegenwoordigers UNESCO jongeren kennis laten maken met UNESCO en immaterieel erfgoed. Leerlingen van UNESCO scholen gaan op zoek naar hun persoonlijk immaterieel erfgoed en leggen dit vast om vervolgens de foto's aan elkaar te presenteren. Zo ontdekken leerlingen de diversiteit van ieders erfgoed en leveren zij input aan de jongerenvertegenwoordigers.

Immaterieel erfgoed is niet het eerste waar je aan denkt bij UNESCO. Het tastbaar erfgoed dat op de werelderfgoedlijst staat is veel bekender bij het grote publiek. Het idee voor 'In the picture' is dan ook geboren uit het plan om een fotowedstrijd voor jongeren op te zetten met als thema 'werelderfgoed'. Maar, niet iedereen heeft een werelderfgoed-site in de achtertuin. Wel hebben alle mensen, waar

dan ook ter wereld, persoonlijk immaterieel erfgoed. Immaterieel erfgoed bestaat dan ook uit de meest uiteenlopende tradities en gebruiken waarin veel verschillen maar ook veel overeenkomsten te ontdekken zijn. Kortom, volgens de jongerenwerkgroep UNESCO het ideale thema voor een fototentoonstelling.

De jongerenwerkgroep UNESCO

De jongerenwerkgroep UNESCO is het creatieve brein achter het project. De groep bestaat uit enthousiaste middelbare scholieren, studenten en net afgestudeerden uit heel Nederland. Nieuwste aanwinst van de werkgroep is Charlotte de Groot, zij is 16 jaar en zit in 5 vwo. 'Ik toon graag een actieve en belangstellende houding richting de maatschappij. Met mijn interesses in culturele diversiteit, communicatie en politiek zit ik hier prima op mijn plek'. Een ander werkgroeplid is Ilse Slootweg, 24 jaar. Ilse komt uit Zoetermeer en is net afgestudeerd in erfgoedstudies aan de Universiteit Utrecht en schreef een scriptie over immaterieel erfgoed. Met haar kennis is ze één van de experts met betrekking tot dit onderwerp binnen de werkgroep. 'Het ontwikkelen en uitvoeren van het 'In the picture' project is een leuke uitdaging. We zoeken in

De jongerenwerkgroep UNESCO en de jongerenvertegenwoordigers UNESCO worden gefaciliteerd door NJR. NJR wil jongeren de kans geven om te laten zien wie ze zijn en wat ze kunnen; of dat nou in hun buurt of bij de VN in New York is. Ook adviseert NJR overheden en allerlei andere organisaties over jeugdbeleid. De jongerenwerkgroep UNESCO valt onder de internationale tak van NJR. Ook zijn hier werkgroepen met de thema's Europa, Duurzame Ontwikkeling en Verenigde Naties te vinden. Bij NJR werken ongeveer 30 jonge mensen en honderden vrijwilligers aan (media)campagnes en projecten voor jongeren.



Sport met sociale component: Luuk

Ik heb voor deze foto gekozen omdat sport voor mij erg belangrijk is. Het houdt je conditie op peil en het is daarbij ook erg leuk. Mijn favoriete sport is zoals je kunt zien voetbal. Voetbal speel je in teamverband, daardoor heb ik een foto met twee mensen op de achtergrond gekozen. Sporten is dus naast gezond ook erg goed voor je sociale contacten. Je leert nieuwe mensen kennen en het is erg gezellig. Voor mij is voetbal een erg leuke opvulling van mijn vrije tijd, je bent lekker actief buiten en het is erg gezond. Hierdoor hoop ik dat ik nog erg lang kan sporten.

Vriendschap/familie: Marthe

Mijn immaterieel erfgoed is vriendschap. Ik heb dit gekozen, omdat vriendschap heel veel voor mij betekent en ik dit ook nu en later aan mijn omgeving wil doorgeven. Ik heb dit meegekregen vooral van mijn moeder. Zij heeft al meerdere erge dingen meegemaakt en zij vertelt mij dan ook elke keer dat ze het zonder vrienden echt niet gered zou hebben. Zij heeft mij geleerd dat het belangrijk is om een goed sociaal leven te hebben waarin je je erg op je gemak voelt. Ook leert zij mij om open te zijn tegen je vrienden en familie, omdat zij je kunnen helpen en je anders maar alleen met je gevoelens en gedachtes zit. Daarom heb ik dus vriendschap uitgekozen, omdat we misschien niet allemaal realiseren dat een goede vriendengroep heel belangrijk is. We beschouwen het allemaal maar als vanzelfsprekend, maar het zou toch een stuk minder leuk zijn als je geen goede vrienden had waarmee je alles kan delen en waar je naartoe kan als je heel blij bent om juist heel verdrietig. Op de foto zie je dus een paar van mijn vriendinnen in de vorm van een hart. Wat dus staat voor vriendschap en ook liefde.



6

het project namelijk constant de grens op tussen wat UNESCO als immaterieel erfgoed bestempelt en wat jongeren als immaterieel erfgoed zien,' vertelt Ilse. Ondanks de grote diversiteit in leeftijd, studie en kennis van de werkgroepleden hebben zij een ding met elkaar in gemeen: zij draaien allen hun hand niet om voor het geven van een gastles over immaterieel erfgoed.

In de gastles 'In the picture' laten wij leerlingen aan de hand van YouTube filmpjes ontdekken wat immaterieel erfgoed is. Zij gaan op zoek naar hun *persoonlijke* immaterieel erfgoed en fotograferen welk cultureel gebruik, gewoonte of traditie voor hen belangrijk is en moet blijven voortbestaan. Vragen zoals 'wat is je familietraditie?' of 'hoe begroet jij je vrienden?' dienen hierbij als leidraad. De grootste uitdaging voor de jongeren is om iets wat niet tastbaar is toch tastbaar te maken door middel van een foto en toe te lichten waarom datgene wat zij gefotografeerd hebben immaterieel erfgoed is.

Resultaten

Inmiddels hebben al ruim 200 jongeren deelgenomen aan 'In the picture' en de resultaten zijn zeer uiteenlopend. Met het toenemende aantal foto's is het steeds beter mogelijk een beeld te vormen van wat jongeren zien als immaterieel erfgoed. Zo denkt een groot aantal jongeren bij het begrip immaterieel erfgoed vooral aan het beoefenen van een sport. Foto's van judo, zeilen, paardrijden en vooral voetbal zijn veel ingeleverd. Hierbij gaat het jongeren niet zozeer om de sport zelf maar juist om de sociale component van sport. De teamband, saamhorigheid en gezelligheid worden als uniek ervaren.



**‘In the picture’
is een project
om jongeren
actief te laten
nadenken over
wat zij
belangrijk
immaterieel
erfgoed vinden.**

Vrijheid & tolerantie: Esmée

Mijn immaterieel erfgoed is universele liefde. Ik heb deze foto gemaakt, omdat ik vind dat iedereen moet kunnen houden van wie dan ook, ongeacht het geslacht. Ikzelf val ook op meisjes, en ik vind het erg fijn dat ik zo goed geaccepteerd ben door al mijn vrienden en familie. In Nederland is homoseksualiteit goed geaccepteerd door de maatschappij, wij zijn ook een van de weinige landen waar het homohuwelijk legaal is, maar in veel landen is de acceptatie van homo's nog een groot probleem. Er moet veel meer aandacht aan besteed worden over de hele wereld, omdat er iedere dag nog mensen voor opgepakt en vermoord worden en het als een zonde gezien wordt. Dit zou niet moeten kunnen, want liefde is erg belangrijk in je leven. Zonder liefde overleef je niet.

Een ander onderwerp dat veel op de foto's terug komt is vriendschap en familie. Jongeren beschouwen de band die zij hebben met familie en vrienden als iets dat niet tastbaar en van uitzonderlijke waarde is.

‘Mijn immaterieel erfgoed is vriendschap. Ik heb dit gekozen, omdat vriendschap heel veel voor mij betekent en ik dit nu en later aan mijn omgeving wil doorgeven,’ aldus Marthe. Naast deze meer persoonlijke opvattingen van immaterieel erfgoed zijn er ook veel jongeren die de leefomstandigheden binnen de Nederlandse samenleving ervaren als erfgoed. Zo fotografeerde Esmee zichzelf samen met

een vriendin. Esmee: ‘Ik heb deze foto gemaakt, omdat ik vind dat iedereen moet kunnen houden van wie dan ook, ongeacht het geslacht. Ikzelf val ook op meisjes, en ik vind het erg fijn dat ik zo goed geaccepteerd ben door al mijn vrienden, familie en omgeving.’

Gerelateerd aan tolerantie is het veelbesproken onderwerp ‘Nederland als multiculturele en multi-religieuze samenleving’ dat zowel door gelovige als niet gelovige jongeren in beeld gebracht wordt. Ondanks dat Nederlandse jongeren vrijheid en tolerantie als immaterieel erfgoed zien, is een geloofsovertuiging toch iets waar jongeren niet graag voor uit komen. Dit blijkt uit het feit dat tot nu toe alle foto's die gerelateerd zijn aan het geloof anoniem en na afloop van de gastlessen zijn ingestuurd. Er lijkt dus een contrast aanwezig te zijn tussen het beeld dat jongeren hebben van de samenleving en hoe de samenleving daadwerkelijk is.

Ook op andere gebieden zijn flinke tegenstellingen aanwezig in wat jongeren zien als hun immaterieel erfgoed. Zo beschreef Maartje van Reijmersdal een

Levend
Erfgoed
02 2011

De stem van jongeren is heel belangrijk om zo draagvlak te krijgen voor het veiligstellen van immaterieel erfgoed voor komende generaties.



Geloof: Anoniem

Mijn geloof is het allerbelangrijkst voor mij. Ik ben moslim en geloof in Allah. Op de foto staan wat heilige boeken (koran) en beeldjes van de Islam. Elke dag probeer ik een stuk uit de koran te lezen, en hopelijk ga ik binnenkort ook elke dag bidden. Ik vind Allah zo belangrijk, omdat Allah degene is die de wereld heeft gecreëerd en ons een leven heeft gegeven waarin wij kunnen leven, eten, drinken en (bijna) alles kunnen doen wat wij wensen. Waarom zouden we dan niet eens dankbaar zijn tot Allah door bijvoorbeeld eens een keer te bidden en waarbij wij ook wat leren? Neem een voorbeeld als de Ramadan; waarom vast elke moslim een maand per jaar? Niet alleen om Allah dankbaar te zijn, maar ook zodat je leert hoe arme mensen leven zonder eten en drinken. Ook is het belangrijk je eigen geloof te kunnen hebben in een bepaald land; Nederland is een dergelijk land waar je de vrijheid hebt voor je eigen geloof. Ik heb door de Islam veel geleerd van de wereld en hoop nog meer te leren in de toekomst.

De stem van jongeren

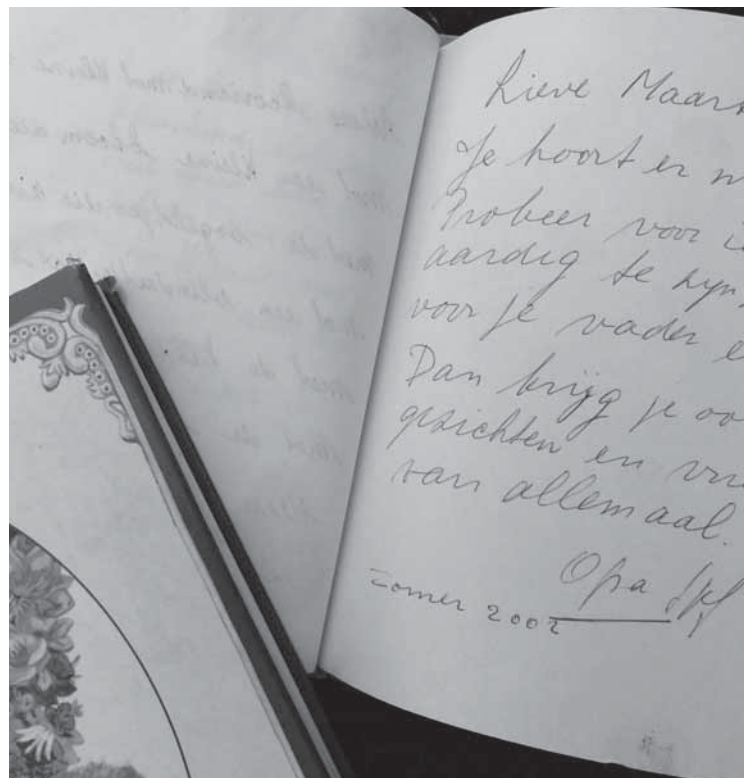
Maar wat hebben al deze definities voor betekenis en wat gaat er gebeuren met deze verzameling immaterieel erfgoed? Uit de resultaten blijkt dat de opvattingen van wat jongeren ervaren als immaterieel erfgoed zeer uiteenlopend zijn. Deze ervaringen komen lang niet overeen met definities van immaterieel erfgoed zoals bijvoorbeeld UNESCO deze aanhoudt en vormen van immaterieel erfgoed die onderdeel uitmaken van UNESCO's 'Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity'. Dit maakt de opvattingen van jongeren echter niet minder waardevol. Indien Nederland de UNESCO conventie voor immaterieel

traditie die al decennia in de familie is als haar immaterieel erfgoed. Zij fotografeerde haar poëziealbum en schreef hierover: 'Het hebben van een poëziealbum heb ik van mijn ouders meegekregen. Zij zagen in dat het belangrijk was om herinneringen te verzamelen en te bundelen. Dit wil ik later ook weer doorgeven aan mijn kinderen, om de traditie van het bewaren van herinneringen vast te houden'. Het contrast met het onderwerp van de foto van Boris Post kan bijna niet groter. In tegenstelling tot Maartje bestempelde hij niet een oude traditie maar de moderne, sociale media als zijn immaterieel erfgoed. 'Typerend voor deze tijd is hoe klein de wereld is geworden; met je familie in Amerika praten via Skype, je gedachten de hele wereld rondsturen met Twitter, je nieuwste foto's aan iedereen laten zien op Facebook en voor je werk even op en neer naar Shanghai,' aldus Boris. Zo blijkt dat jongeren ook gewoontes en gebruiken die mogelijk de tradities van de toekomst vormen zien als hun immaterieel erfgoed.

Poëziealbum: Maartje

Mijn immaterieel erfgoed komt voor mij uit mijn poëziealbum. Ik denk dat iedereen, in ieder geval de meiden, vroeger op de basisschool een poëziealbum heeft gehad. In dit album kon je andere mensen een klein gedichtje of versje laten schrijven. Toen vond ik het leuk dat andere mensen dat deden en was ik vooral benieuwd naar de tekeningetjes en de stickertjes die erbij zaten, om het zo mooi mogelijk te laten lijken. Later ben ik mij pas gaan realiseren dat dit boekje voor mij een veel grotere waarde heeft. In dit boekje staan persoonlijke herinneringen, herinneringen aan een bepaalde tijd van je leven, aan de tijd dat mijn opa nog leefde. Ik ben heel blij dat hij nog iets in mijn poëziealbum heeft kunnen schrijven. Door dit gedichtje wat hij erin heeft gezet kan ik altijd als ik dit lees terug denken aan mijn opa.

Het hebben van een poëziealbum heb ik van mijn ouders meegekregen. Zij zagen in dat het belangrijk was om herinneringen te verzamelen en te bundelen. Dit wil ik later ook weer doorgeven aan mijn kinderen, om de traditie van het bewaren van herinneringen vast te houden. Ik hoop dat mijn kinderen het later ook weer willen doorgeven, zodat deze traditie van het bewaren van herinneringen niet verloren zal gaan.



Social media: Boris

Typerend voor deze tijd is hoe klein de wereld is geworden; met je familie in Amerika praten via Skype, je gedachten de hele wereld rondsturen met Twitter, je nieuwste foto's aan iedereen laten zien op Facebook, voor je werk even op en neer naar Shanghai... De wereldbol symboliseert deze niet fysieke verkleining van de aarde doordat hij in de handen van de mensen past. Dat hij vastgehouden wordt door zoveel handen symboliseert ook het delen, dat in dit tijdperk erg belangrijk is geworden met nieuwe sociale media als Hyves en Facebook. Voor mij zijn deze gevolgen uit het internettijdperk typerend voor de laatste jaren.

Levend
Erfgoed
02 2011

9

erfgoed ondertekent zal er een inventaris gemaakt worden van het immaterieel erfgoed in Nederland. De jongerenvertegenwoordigers UNESCO kunnen in dit proces de resultaten van 'In the picture' gebruiken om de stem van Nederlandse jongeren te laten horen. Deze stem is van groot belang bij het behoud van immaterieel erfgoed omdat draagvlak bij volgende generaties noodzakelijk is voor het voortbestaan hiervan.

Ook komend jaar zullen de jongerenvertegenwoordigers en de werkgroep UNESCO doorgaan met het uitvoeren van het project 'In the picture'. Op iedere deelnemende school zal een kleine tentoonstelling worden georganiseerd. Uiteindelijk zal er uit al deze tentoonstellingen een grote expositie gevormd worden die op verschillende locaties in het land en online te zien zal zijn. ■

Kunstenars of vanden?

Graffiti en het UNESCO-verdrag ter bescherming van Immaterieel Cultureel Erfgoed

In de New Yorkse metro, de trein naar Parijs en de bus door Jakarta, overal ter wereld zijn reizigers bekend met het verschijnsel 'graffiti'. Over de waarde en wenselijkheid ervan verschillen de meningen. Wat de één bestempelt als een hardnekkige vorm van vandalisme, is voor de ander kunst. Wat betekent een eventuele Nederlandse toetreding tot het UNESCO-verdrag ter Bescherming van Immaterieel Cultureel Erfgoed voor deze, en andere (controversiële) vormen van jeugdcultuur?

Levend
Erfgoed
02 2011

10

Een paar snelle benen, een goed zichtbare locatie en een viltstift: veel meer hadden de jongeren in Philadelphia in de jaren zestig niet nodig om een miljoenenpubliek te bereiken. In slechts enkele seconden zorgden zij dat hun persoonlijke tag zichtbaar was voor de hele stad. Eenmaal overgewaaid naar de New Yorkse wijk The Bronx werd de stift vervangen door grover geschut. De spuitbus deed zijn intrede, wat de grootte van de afbeeldingen ten goede kwam. In een mum van tijd waren onbekladderde openbare gebouwen en vervoersmiddelen een zeldzaamheid. Zonder enige instemming werden de Yorkers geconfronteerd met een nieuwe culturele beweging. Naast DJ'ing, breakdance en rap en beatbox manifesteerde graffiti zich als de vierde pijler van de hiphopcultuur. Enkele decennia later heeft de hiphopscene de grenzen van de USA ruimschoots overschreden en is geen plaats op aarde meer onbekend met de uitingvormen ervan. De meest controversiële pijler, graffiti, wordt allang niet meer slechts als vandalisme beschouwd. Steeds vaker worden legale 'spuilmuren' aangewezen, en organiseren musea en galerieën tentoonstellingen met het werk van deze straatartiesten. Zowel in de politiek, als op straat, leidt dit tot meningsverschillen en dilemma's. Zijn graffiti-makers nou kunstenaars of vanden?

Jeugdcultuur

Graffiti is slechts één van de voorbeelden van omstreden uitingvormen van jeugdcultuur. Zo stuiten ook stromingen als Urban, House, Gabber, Emo, Alto, Gothic en Rasta zo nu en dan op onbegrip van buitenstaanders. In het laatste geval valt te denken aan rondhangende Rastafari's met lange dreadlocks en marihuanastickies. Binnen iedere culturele groep bestaan bepaalde leefregels en gedragscodes. Kenmerkend voor jongerengroepen is dat zij zich graag afzetten tegen andere gemeenschappen in de maatschappij. Door middel van nauw bepaalde gebruiken en regels proberen zij zich te onderscheiden. Binnen een culturele groep zijn de juiste kleding, een passend kapsel en eventueel piercings of tatoeages dan ook van groot belang. Maar ook muziekkeuze, dansstijl, taalgebruik en de houding ten aanzien van buitenstaanders spelen een belangrijke rol.

Iedere jeugdcultuur heeft een eigen unieke groepscode, die haar leden helpt bij het ontwikkelen van een identiteit en het verwerven van een veilige haven in de samenleving. Zijn deze gebruiken en rituelen immaterieel erfgoed en komen zij daarmee in aanmerking voor eventuele plaatsing op de immateriële erfgoedlijst?



Graffiti is een populaire uitingsvorm van jongeren, die tegenwoordig in elke grote stad te vinden is, zoals hier in Wenen.
Foto Anne Schepers

Verdrag

Met het opstellen van een verdrag ter Bescherming van Immaterieel Cultureel Erfgoed laat UNESCO zien dat erfgoed meer is dan een groepje unieke gebouwen en objecten dat bewaard moet blijven voor de toekomst. De ruim honderd staten die sinds 2003 het verdrag hebben aanvaard, beseffen dat ook voor het waarborgen van culturele gebruiken en tradities maatregelen genomen moeten worden. Ook Nederland zal hoogstwaarschijnlijk op korte termijn toetreden, om niet alleen het immateriële erfgoed te beschermen en te waarborgen, maar ook om begrip voor het erfgoed van andere culturen te kweken en de waardering voor erfgoed in het algemeen te bevorderen. Onder 'immaterieel erfgoed' verstaat UNESCO: 'De gebruiken, de voorstellingen, de expressie, de kennis en de vaardigheden (inclusief de bijbehorende instrumenten, voorwerpen, artefacten en ruimtes) die gemeenschappen, groepen en, soms, individuen erkennen als onderdeel van hun cultureel erfgoed.' Daarnaast wordt immaterieel erfgoed 'overgedragen van generatie op generatie, wordt altijd herschapen door gemeenschappen en groepen als antwoord op hun omgeving, hun interactie met de natuur en hun geschiedenis, en geeft hun een gevoel van identiteit, continuïteit, en bevordert het respect voor culturele diversiteit en menselijke creativiteit.'

Voor het beantwoorden van de vraag of de hiervoor besproken gebruiken en rituelen aangemerkt kunnen worden als immaterieel erfgoed is deze definitie van groot belang. Wat kan een eventuele Nederlandse aanvaarding van het verdrag betekenen voor graffiti-makers, de overkoepelende hiphopscene, en andere vormen van (controversiële) jeugdcultuur?

Graffiti en het UNESCO-verdrag

Een nauwkeurige blik op de definitie van immaterieel erfgoed in het verdrag plaatst vraagtekens bij de toepasbaarheid op gebruiken binnen jeugdculturen. Afwijkend van de betekenis die UNESCO toekent aan het begrip, zijn de uitingsvormen van jeugdculturen namelijk meestal niet overgenomen, of afgeleid van vorige generaties. In veel gevallen zijn zij ontstaan als een reactie op deze generaties. Zo is de hiphopstroming van oorsprong een protestbeweging van afroamericans in de getto's. En nog steeds zijn veel raps en graffiti-aanbeelden aanklachten tegen de maatschappij. Voor buitenstaanders zijn deze revolutionaire boodschappen moeilijk te begrijpen en worden daardoor vaak als provocerend beschouwd. Wanneer jeugdcultuur in aanmerking komt voor plaatsing op de immateriële erfgoedlijst, zal goed moeten worden nagedacht over de toereikendheid van de definitie in het verdrag.

Levend
Erfgoed
02 2011

Voor de één een kunstvorm, voor de ander nodeloze vervuiling die verwijderd moet worden.



Het controversiële karakter van de hiphopscene, en andere culturele groepen, geeft aanleiding tot een tweede dilemma. Een belangrijk doel van het verdrag is om immaterieel erfgoed te inventariseren en te registreren. Dit dwingt tot het nadenken over de vraag of graffiti, en andere vormen van jeugdcultuur, wenselijk zijn, en beschermd en gewaarborgd dienen te worden voor de toekomst. Wat betreft graffiti is dit een bittere kluif. Door de grote verspreidheid en toepasbaarheid zal een groot aantal politici en burgers er een uitgesproken mening over hebben.

daadwerkelijk draagkracht zijn voor de toevoeging van graffiti aan een lijst met andere beschermde cultuuruitingen? Het niet opnemen van graffiti op de immateriële erfgoedlijst kan daarentegen uitsluiting veroorzaken. Ook over deze gevolgen zal goed moeten worden nagedacht.

Een derde relevante vraag is gericht op de aanleiding van het verdrag. In een brief aan de Tweede Kamer in 2009 noemt minister Plasterk van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap het toenemende belang van regionale gebruiken en tradities door globalisering en individualisering als belangrijkste reden voor het opstellen van een immateriële erfgoedlijst. Graffiti, evenals veel andere vormen van jeugdcultuur, is juist een wereldwijd verspreid verschijnsel. De hiphopcultuur overstijgt de regionale, nationale en zelfs continentale grenzen. Met name in de afgelopen jaren maken jongeren veelvuldig gebruik van toenemende technische en communicatieve mogelijkheden om hun cultuur wereldwijd te verspreiden. Talloze online communities en filmcompetities op Youtube zijn voorbeelden hiervan. De vraag is in hoeverre jongeren behoefte hebben aan regionale en nationale ankerpunten in hun leven. Het heeft er alle schijn van dat jongeren en jeugdculturen zich thuis voelen in een globaliserende wereld, en volop gebruik maken van de kansen die hiermee gepaard gaan. Ook de relevantie en de aanleiding van het verdrag zullen in het licht van jeugdcultuur dus goed moeten worden bekeken. Voor veel uitingsvormen van jeugdcultuur kan een eventuele opname op een erfgoedlijst voordelen bieden. Tot die tijd is er genoeg om over na te denken. ■

Levend
Erfgoed
02 2011

12

Graffiti en andere vormen van controversiële jeugdcultuur verdienen een plaats op de immaterieel erfgoedlijst.

Welke beslissing ook wordt genomen, de invloed zal groot zijn. Eventuele registratie van graffiti als immaterieel erfgoed zal leiden tot de erkenning van de grote rol die deze cultuuruiting in de levens van vele jongeren speelt. De vraag blijft of deze jongeren zitten te wachten op erkenning van buitenstaanders. Zoals gezegd kenmerkt deze jongerencultuur zich door het afzetten tegen andere culturen. Zou er

Alles is weer waardeloos

In discussies wordt vaak gesproken over de maatschappelijke waarde van erfgoed. Gek genoeg wordt eigenlijk nooit aan de bevolking gevraagd wat mensen zelf als erfgoed zouden willen bewaren. Master student Inge Vollaard loopt stage bij Museum Rotterdam, dat veel doet aan eigentijds verzamelen. Ze heeft een enquête afgenomen onder de Rotterdamse bevolking. Wat vinden de Rotterdammers van waarde?

Voor mijn onderzoek heb ik, op wijkniveau, in totaal 452 mensen geënquêteerd. Via gegevens van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS) is de demografische samenstelling van de wijken achterhaald. Aan de hand daarvan zijn categorieën gemaakt op basis van geslacht en leeftijd om een zo representatief mogelijk beeld van de wijk te kunnen schetsen. De enquêtes werden afgenomen op openbare locaties.

Ik stelde ze de vraag: Als u drie items van de stad zou mogen bewaren voor later, welke drie items zou u dan willen bewaren?' De vraag was zo open mogelijk geformuleerd om respondenten niet te sturen in hun keuze. In totaal werden 1272 antwoorden gegeven en 319 verschillende items genoteerd. De verwachting was dat er 1356 antwoorden gegeven zouden worden, maar niet iedere deelnemer gaf drie items op. Het onderzoek biedt ruimte om de gege-

Levend
Erfgoed
02 2011

13

De Erasmusbrug
als icoon:
reclame-
campagne voor
het verkennen
van Rotterdam
per stapfiets



vens zowel op stadsniveau als op wijkniveau te kunnen interpreteren. Allereerst zal het stadsniveau en daarna het wijkniveau besproken worden. Vervolgens zullen de resultaten verklaard worden aan de hand van de cultuurhistorische context van de stad.

Stadsniveau

Na het enquêteren van vier wijken ontstond al een duidelijk beeld. Per wijk werden er 50 tot 90 verschillende items genoemd waarbij het totaal aantal unieke items op 319 uitkwam.

In de 319 benoemde items en de gegeven motivering zijn er een drietal clusters van antwoorden te onderscheiden. Het eerste cluster heeft betrekking op de stedelijke bedrijvigheid. Onder het tweede cluster worden items verstaan die een gevoel van ontspanning oproepen. Het derde cluster betrof elementen

Rotterdammers zoeken het belang van erfgoed vaak in het immateriële belevingsaspect.

Levend
Erfgoed
02 2011

14

uit de skyline oftewel het stadsgezicht, dat een herkenningfunctie vervulde. Door de items te clusteren werden patronen zichtbaar in de gekozen items. Deze patronen hingen samen met de gegeven motivatie voor de gekozen items. Parken werden bijvoorbeeld vaak genoemd vanwege de motivatie 'even weg zijn uit de stad'. Ook het Kralingse bos en andere meer lokale groenvoorzieningen dienden deze zelfde functie. De waarde die Rotterdammers hechten aan parken of groenvoorzieningen hangt samen met de ontspannen sfeer die in een drukke stad niet voor handen is.

Bij het cluster bedrijvigheid werden er vele items genoemd, zoals specifieke festivals of evenementen naast de reguliere markten. Deze gelegenheden fungeren als ontmoetingsplekken, die door Rotterdammers bezocht worden vanwege de sfeer, die zij als typisch Rotterdams beschouwen. 'Dat hoort er gewoon bij, dat is gezellig' was de motivatie die het meeste gegeven werd.

Het laatste cluster wordt gevormd door elementen uit het stadsgezicht. 'Beeldbepalende iconen van de stad', zoals mij verteld werd door menig Rotterdammer. Opvallend was dat er zowel oude items,

zoals het Witte Huis, als nieuwe items, zoals de Erasmusbrug, door elkaar werden genoemd zonder dat oudere items meer waarde kregen dan nieuwere items. Naast officiële benamingen kwamen ook benamingen als 'de Zwaan' voorbij. De Erasmusbrug wordt door vele Rotterdammers liefkozend de Zwaan genoemd vanwege haar architectuur.

'Als ik ze zie, dan ben ik weer thuis', aldus een respondent. Ook de persoonlijke relatie die vele Rotterdammers hebben met de Erasmusbrug werd vaak genoemd. Er gaat immers veel verkeer over de Erasmusbrug, in de vorm van auto's, fietsers, voetgangers en trams.

Er werd echter ook een ander type motivatie voor deze keuzes gegeven. De skyline is kenmerkend voor Rotterdam en de gezichtsbepalende bouwwerken zijn ook buiten Rotterdam bekend. Deze motivatie gaat dieper dan de persoonlijke redenen die voor het eerste en het tweede cluster werden gegeven. Die motivaties waren grotendeels op individueel- of stadsniveau, terwijl deze motivatie gaat over Rotterdammers en 'anderen', niet-Rotterdammers. Het zegt iets over het imago van Rotterdam, oftewel het beeld dat anderen van Rotterdam hebben.

Wijkniveau

Op wijkniveau is er geen afwijkend beeld. De items binnen de drie clusters betreffen in sommige wijken wel meer lokale items. Binnen wijken zijn er ook elementen uit de skyline van de wijk genoemd als herkenningspunten. Daarnaast valt op dat ondanks de grote betrokkenheid bij de stad er ook altijd sprake is van een kleine gemeenschap die men daarvan onderscheid. Er is een dorpskarakter terug te vinden in de wijken dat gekoesterd wordt. Het is een continu spanningsveld tussen de liefde voor de bedrijvigheid van de stad en de rust en ontspanning waar behoefte aan is.

Analyse van de resultaten

Het meest opvallende resultaat van de enquête is dat de respondenten over het algemeen kozen voor items die een rol hebben gespeeld in hun eigen persoonlijke geschiedenis. De dagjes uit met opa en oma naar Diergaarde Blijdorp, het Dunya-festival waar ieder jaar de oude groep basisschoolvrienden samenkomt enzovoort. Ook elementen uit het stadsgezicht waren favoriet. Het waren herkenningspunten van de stad, die het thuisgevoel oproepen en tevens iconen zijn waar trots naar gerefereerd wordt in het buitenland. Deze items zijn niet gelijk aan de items die bekend zijn vanwege de geschiedenis van de stad, zoals de Laurenskerk. De genoemde items zijn niet gekozen om redenen die voortkomen uit een tijd ouder dan de persoon zelf. Simpelweg

omdat die motivering voor het item niet voorkomt in zijn of haar persoonlijke *lieux de mémoire*. Het zijn *lieux de mémoire* van de beleefde geschiedenis, of zoals Pierre Nora het noemt 'real memory', waarbij 'real memory' tegenover 'history' staat, het geheugen ofwel de georganiseerde geschiedenis.¹ In mijn onderzoek kan 'real memory' gezien worden als de beleefde, persoonlijke geschiedenis, die uit de enquête naar voren kwam en 'history' als de officiële geschiedenis, die ook te vinden is in musea. 'Real memory' is kwetsbaarder dan 'history' omdat er wel overblijfselen zijn van geschiedenis, maar er zijn am-

leving van en waardering voor de stad. Hun verleden is deel van hun identiteit en de stad maakt daar onderdeel van uit, waardoor ook de stad deel van hun identiteit is.

Cultuurhistorische context van Rotterdam

Daarbij komt dat Rotterdam een sterke stads-geschiedenis heeft die de oudste generatie van de stad nooit zal vergeten. Gedurende de Tweede Wereldoorlog is het hart van de stad zwaar gebombardeerd. Rotterdam is weer opgebouwd, maar het bombardement heeft een grote impact gehad op

Belangrijk
Rotterdams
erfgoed: Diergaar-
de Blijdorp als
dagje uit
Foto: Nationale
Beeldbank



per overblijfselen van hoe deze beleefd is. Aangezien het onmogelijk is om te leven in een herinnering is een *lieu de mémoire* nodig. De *lieu de mémoire* dient als een kunstmatige ervaringsruimte om het vergeten van deze beleefde geschiedenis, deze herinneringen tegen te gaan.²

De ankerplaatsen van de herinnering van de Rotterdammers zijn verbonden met Rotterdam omdat de stad hun sociale omgeving is.³ De stad maakt hierdoor onderdeel uit van hun persoonlijke geschiedenis en deze geschiedenis vormt tevens de be-

haar inwoners. Een citaat verkregen tijdens het onderzoek is tekenend voor deze impact: 'De stad was zijn hart kwijt. Maar niemand krijgt ons klein, we hebben het weer opgebouwd en dat zouden we zo weer doen.' Vervolgens ging deze man verder door zijn keuze voor de Laurenskerk te wijzigen in het Witte de Wit-festival. Als reden hiervoor gaf hij dat de kerk immers gewoon opgebouwd was en verder dus ook niet extra beschermd moest worden voor de toekomst. Opnieuw opbouwen was altijd een optie, zo vond hij. Het Witte de Wit-festival daarentegen

Levend
Erfgoed
02 2011

15

had een unieke sfeer en hij had liever dat dat behouden bleef.

Niet enkel het bombardement heeft in het verleden van Rotterdam gezorgd voor grote veranderingen in de stad. De stad is groot geworden dankzij de haven. Gezien het grote economisch belang van de haven veranderde de stad met de behoeftes van de haven mee. Economie stond boven traditie of nostalgie. Uiteindelijk zou de haven zelf een stukje nostalgie worden van de stad.

De twee hierboven genoemde actoren, het bombardement in de Tweede Wereldoorlog en het economisch belang van de haven, hebben geleid tot het nuchtere stadskarakter. De uitkomsten van de pilot-study zijn tekenend voor dit karakter.

Rotterdammers hechten geen waarde aan materiële zaken. Zij weten als geen ander dat 'Alles van waarde weerloos is'. Een gezegde zichtbaar vanaf het gebombardeerde stadshart.⁴ In de stad is er echter ook een variant van dit gezegde bekend, 'Van alles is weer waardeloos'.⁵ Deze uitspraak is allesomvattend voor Rotterdams erfgoed. Niet het object is van waarde, de waarde zit in het gevoel, het karakter, waar het object symbool voor staat. Niet het mooie omhulsel, maar de inhoud moet je bewaren.

Oftewel, immaterieel erfgoed werd verkozen boven materieel erfgoed. Daarnaast valt het zeer contemporaine karakter van de antwoorden op. In een stad die constant verandert, leven de inwoners in het nu.

Onverwachte keuze

De massale keuze voor deze vorm van erfgoedbeleving was onverwacht. De vooronderstelling was dat de alom bekende items als de Laurenskerk en de Euromast gekozen zouden worden. De Laurenskerk werd amper genoemd in het onderzoek.⁶ De Euromast daarentegen werd wel genoemd, maar niet vanwege het gebouw of de geschiedenis, maar vanwege de herinneringen aan dagjes uit met familie. De keuze voor natuur en groen in stad lag ook in de lijn der verwachting. Toch bleek uit het onderzoek

dat Rotterdammers geen waarde hechten aan een specifiek park of groenvoorziening, maar juist aan de ontspannen sfeer die in een drukke stad niet voor handen is. Er werd dan ook niet één keer een detail uit een park of groenvoorziening genoemd bij de motivatie voor een bepaald park. Hetzelfde geldt voor de stedelijke bedrijvigheid. Het gaat de respondenten niet om het evenement zelf, maar om de sfeer.

Rotterdam is slechts één stad en heeft een geheel eigen geschiedenis. Toch is het opvallend dat de waardering van het erfgoed vooral stijgt als er persoonlijke herinneringen mee verbonden zijn. Het immateriële aspect is met andere woorden belangrijker dan het materiële. Je zou het de belevingsdimensie van erfgoed kunnen noemen. Meer onderzoek naar de waardering van dit immaterieel erfgoed is uiteraard vereist. Rotterdammers zijn er in ieder geval over uit, dat alles van waarde weerloos is en zij hechten hun gevoel en hun beleving aan immateriële waarden en gevoelens, die soms vertegenwoordigd worden door waarden-loze materiële objecten. Al het tastbare is op zichzelf waardeloos. De waarden zitten in het immateriële aspect. ■

Noten

- 1 Pierre Nora, 'Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire', www.history.ucsb.edu/faculty/marcuse/classes/2011/articles/89NoraLieuxIntroRepresentations.pdf (30-07-2011), 8.
- 2 Maria Grever, 'Visualisering en collectieve herinneringen. 'Volendams meisje' als icoon van de nationale identiteit', *Tijdschrift voor Geschiedenis* 117 (2004) 207.
- 3 Aleida Assmann, *Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik*. (Bonn 2007) 25.
- 4 Het gezegde van Lucebert op het gebouw van de Willem de Kooning Academie in Rotterdam is zichtbaar vanaf Blaak.
- 5 http://www.airfoundation.nl/index.php?page=alles_van_air&cat_url_title=expertmeeting&cont_url_title=alles_van_waarde_is_weerloos (19-09-2011)
- 6 De Laurenskerk is als item in het onderzoek door vier respondenten genoemd.

**Doe mee met
het Jaar van
het Immaterieel
Erfgoed**

Voor meer informatie zie: www.jaarvanhetimmaterieelerfgoed.nl



Beleving als middel om jongeren
zich meer te laten interesseren
in cultuur, historie en erfgoed

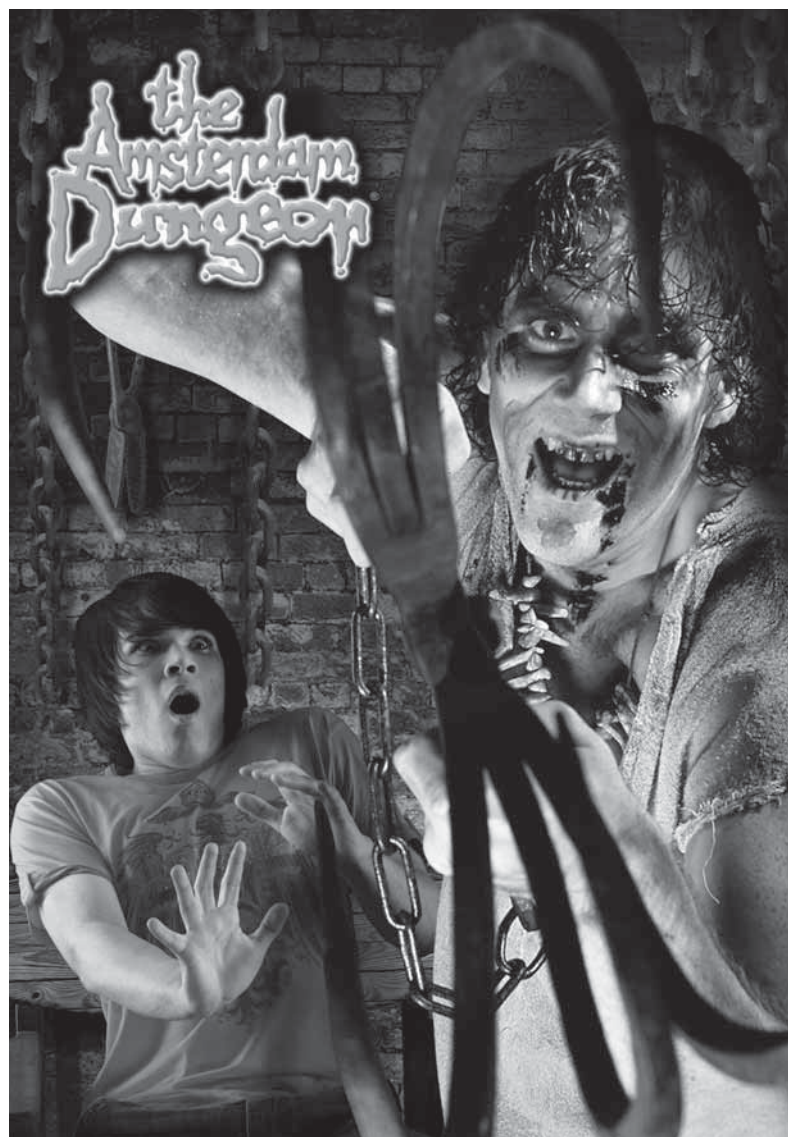
Ik beleef, dus ik ben!

Astrid Hoogendijk

bachelorstudent Kunst- en Cultuurwetenschappen
Erasmusuniversiteit Rotterdam

Jongeren geïnteresseerd maken voor geschiedenis, erfgoed of cultuur is niet eenvoudig. Hoe kan je immers verwachten dat jongeren zich voor iets interesseren wat eeuwen geleden gebeurd is en waar ze zich totaal niet in kunnen verplaatsen? In dit artikel wordt de problematiek nader uiteengezet aan de hand van een casestudy: de Amsterdam Dungeon. Hoe je de factor beleving kunt inzetten om jongeren te winnen voor cultureel erfgoed.

Een nachtwaker die in een museum achtervolgd wordt door het skelet van een Tyrannosaurus Rex: het typische beeld van het boek en de film *Night at the Museum*. In deze film komen de museumstukken 's nachts tot leven, wat te wijten is aan een oud Egyptisch tablet. Miniatuurcowboys, Romeinse soldaten en Maya's voeren oorlog tegen elkaar en een groep Neanderthalers brandt alles af wat ze op hun pad tegenkomen. Dit verhaal geeft de kijker een letterlijk voorbeeld van *living history*. De museumstukken behoeven geen uitleg: ze spreken voor zichzelf. Geschiedenis wordt hier niet bekeken, maar beleefd! Jammer genoeg is dit alles in de realiteit niet zo gemakkelijk na te bootsen. Erfstukken behoeven, en verdienen, een juiste presentatie en bezoekers zijn lang niet altijd vanzelfsprekend. Vooral het aantrekken van jongeren vormt al jaren een groot probleem in de culturele sector. De vraag is



De Amsterdam Dungeon: het verleden in een griezelervaring tot leven gebracht

17

dus: op welke wijze kunnen we bij jongeren interesse opwekken voor kunst, cultuur en erfgoed?

Realistische Fictie

Er worden verschillende methodes en technieken ingezet om het bezoek aan een culturele instelling aantrekkelijker te maken voor een grotere doelgroep. Jongeren vormen hierbinnen een grote probleemfactor. Jongere kinderen worden vaak meegenomen door hun ouders, maar wanneer het tieners betreft, gaan ze hun eigen weg. Een hulpmiddel dat tegenwoordig vaak in musea wordt toegepast is *living history*. Bij *living history* gaan verklede museummedewerkers in gesprek met de bezoekers en doen alsof ze in een andere tijd leven. Instellingen die gebruik maken van *living history* zijn bijvoorbeeld het Archeon en het Openluchtmuseum. Deze nieuwe manier van kennisoverdracht gaat verder dan enkel

het presenteren van objecten of ruimtes uit het verleden. Het geeft de bezoeker ook een reactie op wat zijn of haar woorden en daden teweeg brengen in dit verleden.¹ Het draait bij *living history* niet alleen om de feiten, maar ook om het verhaal hier achter en de hele beleving er omheen. Een bezoek aan een museum wordt op deze manier voor elke bezoeker een individuele en interactieve ervaring.

Deze interactie kan ook op een andere manier worden bereikt, namelijk met behulp van verschillende nieuwe technologieën. Veel culturele instellingen maken al gebruik van nieuwe technologieën, maar in de meeste gevallen enkel op een ondersteunende manier. Er worden korte films vertoond of er zijn pc's beschikbaar waarop de bezoeker achtergrond informatie kan vinden. Dit voegt vaak echter niet veel toe en meestal zijn de films te saai om er lang genoeg de aandacht bij te houden. Het gebruik van nieuwe technologieën, wanneer op een juiste manier ingezet, heeft een positieve invloed omdat het de boodschap op twee manieren verandert.

Culturele instellingen moeten hun imago afstoffen om ook voor jongeren aantrekkelijk te worden.

Ten eerste zorgen deze technieken ervoor dat de ervaring intenser wordt, omdat er vaak meer dan één zintuig wordt geprikkeld. Ten tweede maakt technologie het mogelijk een nieuwe vorm te geven aan de inhoud, waardoor deze veel interessanter wordt voor het publiek. Op deze manier wordt de boodschap dus gedetailleerder, wat het voor de consument leuker én leerzamer maakt.² Door gebruik van onder andere *living history* en de inzet van verschillende nieuwe en interactieve technologieën is het mogelijk om een bezoek aan het culturele instelling naar een hoger niveau te tillen en het tot een heuse belevenis te maken. De technologie is ver genoeg ontwikkeld en klaar om ingezet te worden, nu alleen de musea nog ...

Jongeren dienen te worden meegenomen in een ervaring die hen een bepaalde historische periode laat herbeleven. Jongeren moeten niet de keuzevrijheid hebben om het bordje naast een erfstuk te lezen of niet; ze moeten meegenomen worden in een allesomvattende belevenis. Hoe kunnen jongeren verleid worden? Jongeren kunnen volledig in beslag worden genomen door een bepaalde hype; het lezen van een thriller of het zien van een horrorfilm maakt veel indruk. Waarom zou het dan niet mogelijk zijn om zo een zelfde gewaarwording te creëren met *echte* gebeurtenissen? Als fictionele verhalen zo kunnen worden gebracht dat jongeren er helemaal in meege-sleept worden, dan moet dit ook te bewerkstelligen zijn met realistisch en waargebeurde verhalen. Dit gebeurt zelfs al in zekere mate, denk hierbij aan kaskrakers als *The Gladiator* of de *Titanic*. Er kan niet gezegd worden dat ze de verhalen achter verschillende erfstukken niet interessant genoeg vinden, er zijn veel vormen van erfgoed die thema's bevatten die de jongeren van nu aan zullen spreken. Historische films zijn bijvoorbeeld al erg populair en musea zouden hier veel meer op in kunnen spelen.

Het grote gevaar bij het creëren van een belevenis rondom erfgoed is dat de entertainment waarde de historische of culturele waarde naar de achtergrond zal dringen. De beleving is een middel, niet het doel op zich; de historische of culturele boodschap moet centraal staan. Ook ligt het gevaar op de loer dat de boodschap zal worden aangepast aan de vorm, in plaats van andersom. Deze paradox maakt het problematisch, maar zeker niet onmogelijk om culturele of historische objecten, verhalen en erfgoed te transformeren tot een belevenis.

De Amsterdam Dungeon

Een organisatie die op een succesvolle manier veel jongeren weet te trekken door een belevenis te creëren, is de Amsterdam Dungeon. De Amsterdam Dungeon brengt de duisterste geschiedenis tot 500 jaar terug in beeld, waarbij de focus ligt op lokale en nationale geschiedenis. Met verschillende shows en acteurs worden in een 80 minuten durende tour de vreselijkste gebeurtenissen uit de geschiedenis weer tot leven gebracht. De Dungeon profileert zichzelf niet als een historisch museum, maar als een instelling die entertainment wil leveren en haar bezoekers hierbij een ware belevenis wil meegeven. Haar slogan luidt dan ook: 'Beleef zelf ons duistere verleden!'.³ Het gegeven dat de Dungeon geen traditionele culturele instelling is, betekent echter niet dat we niets van deze instellingen zouden kunnen leren. Er worden verschillende aspecten uit de Historische Canon behandeld, zoals Rembrandt, de VOC en de



Op flickr zijn diverse foto's te vinden van de ultieme griezel-ervaring in de Amsterdam Dungeon. Deze ervaring wordt vervolgens, door middel van foto's, gedeeld met anderen op internet.

Spaanse Inquisitie.⁴ Het is juist leerzaam om een meer commercieel gerichte instelling als voorbeeld te nemen, omdat veel bezoekers trekken voor deze instelling een hoofddoel is.

Met bloed bespat

Bij aankomst bij de locatie van de Dungeon in Amsterdam wordt het direct duidelijk in wat voor wereld je bent beland. De met bloed bespatte luifel, verschillende geraamtes en lugubere verklede medewerkers bij de ingang geven je een goed beeld van wat er te wachten staat. De daadwerkelijke tour begint met een ritje in een 'spooklift' die je naar de duistere kerkers brengt. Bij het uitstappen worden meteen enkele bezoekers de stuipen op het lijf gejaagd en wordt hiermee de rest van de bezoekers duidelijk gemaakt dat men beter niet achteraan kan lopen. De eerste attractie 'Het Martelkabinet' is een goed voorbeeld voor de overige attracties. Eerst wordt er door één of meerdere acteurs een spannend, historisch achtergrond verhaal verteld, met een duister randje. Daarna worden een of twee 'slachtoffers' uit de groep gekozen die vervolgens iets moeten uitvoeren of ondergaan voor de ogen van de groep. Wanneer de rest van de groep hiermee denkt veilig te zijn, hebben ze het mis, want het gevaar ligt altijd op de loer. Verschillende beeld- en geluidseffecten, bewegende poppen, animaties of acteurs staan klaar om onverwacht bezoekers de stuipen op het lijf te jagen.

Op deze manier wordt de bezoeker door acht verschillende historische thema's en gebeurtenissen geleid. Verschillende acteurs begeleiden de bezoekers tijdens hun tour, verkleedt als personages uit specifieke periodes. Zo word je geronseld als matroos

voor een VOC schip door een achterbakse kapitein, word je berecht door corrupte rechters en staat de hulp van Rembrandt je als bezoeker te woord. Op deze manier krijg je als bezoeker een idee hoe het leven er uit zou zien als je een paar honderd jaar geleden zou hebben geleefd. Jongeren weten opeens begrip op te brengen voor een VOC matroos, die voorheen enkel als 'slavenhandelaar' werd bestempeld.

Wat opvalt bij de themakeuze in de Dungeon is dat er spannende, duistere en altijd ietwat lugubere en macabere historische verhalen aan de bezoekers worden gepresenteerd. Deze manier om bezoekers te trekken wordt ook wel *dark tourism* genoemd. Bij *dark tourism* wordt de bezoeker, net als in de Dungeon, aangetrokken door dood en verderf, martelingen, executies en andere vormen van menselijk lijden. De vraag waarom bezoekers zich tot deze thema's aangetrokken voelen zal in dit artikel onbeantwoord blijven. We gaan er in dit geval vanuit dat *dark tourism* simpelweg een vorm van aanbod is waarbij ingespeeld wordt op de vraag van de consument.⁵ Dit ziet men bijvoorbeeld ook terug in de huidige interesse bij jongeren voor mythologische figuren. Er duiken tegenwoordig steeds vaker vampiers, weerwolven en zeemeerminnen op in boeken, series en films.

Bij *dark tourism* kan men twee hoofdvormen onderscheiden: primaire locaties en secundaire locaties. Bij een primaire locatie gaat het om een locatie waar zich een drama heeft afgespeeld, denk aan een oorlogszonde of een begraafplaats. Goede voorbeelden hiervan zijn Ground Zero en Auschwitz. Daarnaast

kan men een secundaire locatie onderscheiden; plaatsen die gerelateerd zijn aan een bepaald verhaal of gebeurtenis, of waar dit verhaal opnieuw wordt verteld. Een primaire locatie is vaak per toeval ontstaan, terwijl een secundaire locatie vaak met een bepaald (vaak economisch) doel is geconstrueerd. De Dungeon is hierbij een goed voorbeeld van een secundaire locatie.

Tijdens een bezoek aan de Amsterdam Dungeon werd duidelijk dat *living history* niet altijd op een consequente manier gebruikt wordt. De acteurs gaven namelijk vaak antwoord op zaken die ze, als hun personage, helemaal niet zouden kunnen weten. Ook wordt er hier en daar ingespeeld op de actualiteit. 'Zo'n schip [de Batavia] is toch een stuk lastiger dan je eigen zeilbootje hé, hier kan Laura Dekker nog een puntje aan zuigen!' Dit is in het geval van de Amsterdam Dungeon geen groot probleem, maar wel een aandachtspunt voor andere culturele instellingen of musea.

Om de belevenis compleet te maken zit er halverwege de tour een achtbaanrit in de Dungeon. De 'Ride to Doom' klinkt echter een stuk spectaculairder dan het daadwerkelijk is. Als men uiteindelijk ontsnapt uit het spiegeldoolhof en een dorp waar de pest heerst weet te ontvluchten, loopt de tour ten einde. Hier aangekomen is er de mogelijkheid om een foto te kopen die tijdens de rit in de achtbaan is genomen. Ook kan men op verzoek nog op de foto in het schavot en met de beul. Een andere manier om de 'belevenis' in de Dungeon levend te houden is een souvenir te kopen in de cadeauwinkel van de Amsterdam Dungeon. Hoewel een achtbaan in een museum lastig voor te stellen is, is een souvenirwinkel een goede manier om de herinnering aan het bezoek te conserveren. In bijna alle musea en andere culturele instellingen is echter al een souvenirwinkel aanwezig.

Tot slot

Het is noodzakelijk voor culturele instellingen om te veranderen als ze meer bezoekers willen trekken. Culturele instellingen moeten hun imago afstoffen en proberen om niet alleen als leerzaam gezien te worden, maar ook gezien te worden als een leuke ervaring. Musea moeten meer inspelen op de vraag van jongeren naar spanning en sensatie. Door jongeren een belevenis mee te geven, kunnen ze zich beter inleven en verplaatsen in personages en gebeurtenissen. Hierbij kunnen musea veel leren van meer commerciële instellingen als de Amsterdam Dungeon. Hoewel er weinig harde feiten of jaartallen aan de bezoekers worden gepresenteerd, betekent dit niet dat de opzet van de Amsterdam Dungeon niet leer-

zaam is. De gedachtes en de ideeën van mensen uit verschillende periodes uit het verleden worden aan de bezoeker duidelijk gemaakt. Na een bezoek aan de Dungeon weet men hoe slecht matrozen op de VOC schepen het hadden, hoe besmettelijk en verschrikkelijk een ziekte als de pest was en hoe onredelijk en oneerlijk de processen waren die verdachten vroeger kregen.

Dit bewust maken van de bezoeker is een van de vele manieren om jongeren zich meer te laten interesseren voor kunst, cultuur en erfgoed. Musea zouden hier veel meer op in kunnen spelen door te focussen op de belevenissen en zich ook meer op deze manier te profileren. Door het publiek over te halen het daadwerkelijk te ervaren zullen ze meer begrip en hopelijk interesse tonen in erfgoed en geschiedenis. Om de precieze methoden aan te wijzen om een belevenis te creëren is echter verder onderzoek vereist. De volgende stap zal vanzelf gezet worden, want wie eenmaal geïnteresseerd is, zal zich uit eigen initiatief verder verdiepen in een bepaald onderwerp. Hierbij zullen ook de minder makkelijke en voor de hand liggende bronnen aan bod komen.

Het gevaar dat volgens critici op de loer ligt is dat musea zich teveel mee laten slepen met wat jongeren graag willen. Een ongewenst gevolg van het creëren van een belevenis is dat elke culturele instelling getransformeerd zal worden in een soort 'spookhuis'. Hoewel *dark tourism* altijd een populaire vorm van toerisme en vermaak is geweest, is het belangrijk dat culturele instellingen bij hun ware aard blijven. Ze moeten jongeren tegemoet komen, maar hun eigen doelstellingen hierbij niet uit het oog verliezen. Of dat deze kritiek op het 'beleven' van kunst, cultuur en erfgoed terecht is, is nog maar de vraag. Naar mijn mening ontbreekt het namelijk nog altijd aan de magie om alles tot een ware *experience* om te toveren. Dit is echter geen probleem, want er moet natuurlijk altijd een beetje aan de eigen verbeelding overgelaten worden. ■

Noten

- 1 J. Kerkhoven, 'Traditie als zelfmedicatie. Over de publieke functie van openluchtmusea', in: *Levend Erfgoed* 6 (2009) nr. 1, 24-32.
- 2 M. Addis, 'New technologies and cultural consumption – edutainment is born!', *European Journal of Marketing* 39 (2005) Nr. 7/8: 729-736.
- 3 Entoen.nu. 2006-2011. *De canon van Nederland*. <http://www.entoen.nu>.
- 4 Voor meer informatie zie de website van de Amsterdam Dungeon: www.the-dungeons.nl/amsterdam
- 5 P.R. Stone, 'A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions', in: *TOURISM: An Interdisciplinary International Journal* 54 (2006) nr. 2, 145-160.

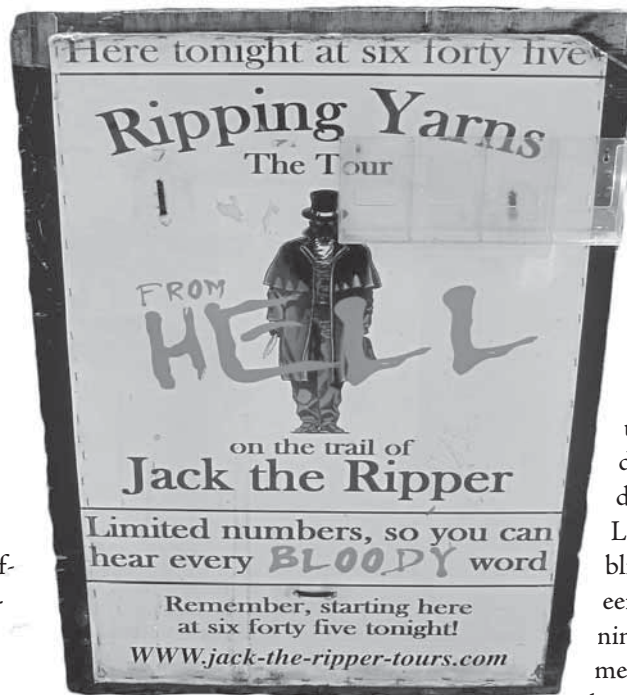
Een verbijsterend, donker spoor

Onderzoek naar de beweegredenen van donkertoerisme, aan de hand van de casus de Jack the Ripper tour

Donker toerisme is een snel opkomend genre binnen het cultuurtoerisme, dat vooral bij jongeren populair lijkt. Hoe kan je de populariteit van het donker toerisme verklaren? Wat zijn de beweegredenen van de 'dark tourist'? Master student Sanne Groeneboer doet verkennend onderzoek naar een speciale casus: de Jack the Ripper tour in Londen.

Jack the Ripper. Wereldwijd bekend, maar slechts op een plek te lokaliseren: Whitechapel, Londen. Ruim een eeuw geleden werd de Londense wijk Whitechapel geteisterd door een seriemoordenaar die het gemunt had op prostituees. De vrouwen, ook wel 'the canonical five' genoemd, werden verminkt en vermoord op verschillende locaties aangetroffen. De identiteit van Jack the Ripper, overigens een alias afkomstig van een van de brieven die door de vermeende dader is geschreven, is zelfs tot op de dag van vandaag niet achterhaald. Twee politiekorpsen en vele officieren hebben zich met volle overgave op de zaak gestort en in die jaren zijn vele verdachten naar voren gekomen. Allen zijn zij echter weer vrijgelaten. Wie Jack the Ripper was, blijft een mysterie.

De Londense toeristenbranche zag deze typerende historische gebeurtenis als uitgelezen kans om mensen meer kennis te laten nemen van dit mysterie.



Jack de Ripper: een bloedige tour door Londen

Foto: flickr

Vandaag de dag komen talloze toeristen af op de zogeheten Jack the Ripper tours. Deze tours, die door verschillende organisaties uitgevoerd worden, leiden de toeristen door de wijk East End. De toerist wordt uitsluitend in de avonden rondgeleid om in de sfeer van het misdadige en duistere Londen van die tijd te blijven. Dit brengt met een gevoel van spanning en naargeestigheid met zich mee. Op verschillende plekken, waaronder enkele authentieke moordlocaties, houdt de wandeling stil om verhaal te doen. Om

de Ripperzaak in de context te plaatsen, creëren de gidsen van de tours een beeld van hoe het leven eruit zag in de armste wijk van Londen eind negentiende eeuw. Dit doen zij op een theatrale, vermakelijke manier. De gids onthult de gebeurtenissen, vertelt de speculaties die toen de ronde gingen, werpt verdachten op en sluit af met een groot vraag-

teken. Wie Jack the Ripper was, mag de toerist uiteindelijk zelf concluderen.

Ander soort toerisme

Bij toerisme wordt in eerste instantie gedacht aan het reizen naar een bestemming die ver afstaat van het alledaagse leven, waarbij plezier en ontspanning de boventoon voeren. Zoals het voorbeeld van de Jack the Ripper tour illustreert, gaat niet elke vorm van toerisme gepaard met plezierige uitingen. Zo zijn nog veel meer toeristische plekken te noemen die in plaats van plezierig juist gerelateerd zijn aan macabere gebeurtenissen. Toch komen dagelijks drommen mensen op deze donkere locaties af. Het betreft een specifieke vorm van toerisme, namelijk het zogeheten donkertoerisme. Gedacht kan worden aan de dungeons, waar op vermakelijke wijze de extreme lijfstraffen van vroeger tijden uit de doeken wordt gedaan. Dit is een lichte, vrij onschuldige vorm van donkertoerisme. Een voorbeeld van een meer donkere vorm is het bezoeken van de beladen plek Ground Zero in New York, waar relatief recent veel mensen de dood hebben gevonden. Een uiteenzetting van de verschillende vormen van donkertoerisme is reeds voorhanden, maar antwoord op de vraag wat mensen drijft om af te komen op donkere locaties blijkt nog vaak te berusten op speculaties.

In het voorjaar van 2011 is de Jack the Ripper tour als uitgangspunt genomen in een onderzoek naar de motivaties van donkertoeristen. Na afloop van het volgen van twee JtR tours zijn veertien deelnemers, door middel van diepte-interviews, gevraagd naar hun motivaties, beleving en betekenisgeving. De verwachting is misschien dat op deze tour voorname-

lijk duistere Ripperfans afkomen, die uit sensatie-overweging de plekken van misdaad willen bezoeken. Een dergelijke stereotypering is echter eerder uitzondering dan regel. Geen van de respondenten van het onderzoek hadden deelname aan de tour ver van tevoren gepland. Deelname was veelal spontaan, als onderdeel van een van de vele toeristenattracties. De leeftijd van de ondervraagden varieerde van dertien tot 67 jaar. Ook andere kenmerken bleken evenwichtig verdeeld, zoals man of vrouw en inwoner van Londen of toerist.

Zoektocht naar sensatie

Volgens theorieën rondom donkertoerisme is de aantrekkingskracht van donkere locaties te verklaren aan de hand van de mate van interesse voor de dood. Het fenomeen van de dood blijkt dus een beduidend of zelfs centraal thema. Ook in de interviews met de respondenten is een nieuwsgierigheid naar de dood als motivatie genoemd. Na verdere analyse blijkt deze nieuwsgierigheid voort te komen uit een interesse in of het willen begrijpen van het onbekende. Het bezoeken van de locaties waar mensen de dood hebben gevonden, is een stap in de richting van het begrijpen van de dood als fenomeen, ogenschijnlijk een dieperliggende betekenis die respondenten eraan ontleen. De dood is immers iets dat pas ervaren kan worden wanneer het zich aandient en aangezien plekken van moord symbool staan voor de dood geeft het de deelnemers de mogelijkheid dichterbij te komen en dus meer begrip te ontwikkelen van het onbekende.

Een simpele verklaring voor de populariteit van de Jack the Ripper tour is er niet. Het betreft hier een

Het zijn vooral jongeren die meedoen aan de Jack the Rippertour
Foto: Sanne Groeneboer



samenloop van factoren. Uiteraard zou de aanloop van toeristen zonder goede reclame aanzienlijk minder zijn. Het adverteren van de tourorganisaties wordt in de hand gewerkt door andere media-uitingen, zoals films of series, die ook vandaag nog rondom de befaamde figuur van Jack the Ripper worden gemaakt. Een eerste interesse is dan reeds gewekt en de tour biedt de mogelijkheid nog meer te weten te komen over dit onderwerp. Daar komt bij dat de tijd waarin het gebeuren zich afspeelde er een is die de verbeelding zeer in de hand werkt. Het beeld van Londen als opkomende industriestad met de grauwe donkere straten en de heersende armoede spreekt historisch geïnteresseerden direct aan. De eigen verbeeldingskracht, die aanvankelijk voortborduurde op filmbeelden, wordt gestimuleerd door de narratieve vermogens van de gids.

Wat haast synoniem staat aan Jack the Ripper en wat niet alleen de populariteit van de tour, maar de populariteit van de historische gebeurtenis als geheel kan verklaren, is het oneindige mysterie. De identiteit van de eeuwoude moordenaar is nooit achterhaald en zal dit, ondanks verwoede pogingen van de zogeheten Ripperologen, waarschijnlijk ook nooit worden. Dit mysterie wekt direct een menselijke fascinatie op, wat wellicht samengaat met de eerdergenoemde fascinatie voor het onbekende. Tenslotte is uit dit onderzoek gebleken dat het zoeken naar sensatie of spanning een beweegreden om aan de tour deel te nemen is. De ietwat duistere, enge sfeer die het bezoeken van donkere locaties met zich meebrengt, bezorgt toeristen een gevoel van ongemak of huivering. Opvallend genoeg gaan deze gevoelens vaak gepaard met een zekere vorm van enthousiasme of verheuging. Deze verheuging is er alleen wanneer de eigen veiligheid vastgesteld is. Kortom, het duistere van dood of macabere gebeurtenissen gaat gepaard met een menselijke drang om de dood te willen begrijpen en spanning of sensatie te ervaren. Deze resultaten kunnen leiden tot de conclusie dat het bezoeken van moordlocaties je eigen leven of sterfelijkheid benadrukken.

Emotionele betrokkenheid

Wat de Jack the Ripper tour tot donkertoerisme maakt, is het macabere karakter. Tijdens de tour worden immers locaties bezocht waar op koelbloedige wijze vrouwen zijn vermoord, al is het dan ruim een eeuw geleden. Dit laatste gegeven maakt wel dat het bezoeken van deze locaties geen enkele emotionele waarde met zich mee zal brengen. Er bestaan tenslotte geen nabestaanden of getuigen meer. Een persoonlijke betrokkenheid met de slachtoffers hoeft tijdens het horen van de details

dus niet aanwezig te zijn. De tour wordt gezien als entertainment en het wordt daarom ook niet als ongepast gezien dat de toeristenbranche van deze moordzaak profiteert. In een andere georganiseerde tour, de Charleroi Adventure City Safari, ligt dit problematischer. Deze tour, die door de initiatiefnemer vergeleken wordt met de Jack the Ripper tour, voert namelijk langs het huis van Marc Dutroux.

Mysterie wekt menselijke fascinatie op.

Van distantie is hier geen sprake, aangezien deze ontvoerder en moordenaar van zes jonge meisjes in de jaren negentig nog actief was. Deze gebeurtenissen staan van niemand erg ver af. In die zin is de Jack the Ripper tour een redelijk lichte vorm van donkertoerisme.

Binnen het donkertoerisme is over het perspectief van de toerist nog weinig bekend. Wel wordt binnen theoretische verklaringen voor deze vorm van toerisme vaak een grote rol weggelegd voor de dood. Het onderzoek naar de Jack the Ripper tour probeert deze prominente rol te nuanceren. Gebleken is dat er talloze andere aspecten van belang zijn binnen het perspectief van de toerist. Er zijn resultaten naar voren gekomen die typerend zijn voor de Jack the Ripper tour. De interesse voor het mysterie of de historie is bijvoorbeeld niet bij elke vorm van donkertoerisme van toepassing. Daarnaast heeft dit onderzoek resultaten opgeleverd die niet per se casusspecifiek zijn. Zo is een zoektocht naar sensatie of spanning, een fascinatie of nieuwsgierigheid naar de dood en het willen begrijpen van het onbekende voorbeelden van motivaties die toepasbaar zijn op meerdere vormen van donkertoerisme. In die zin heeft dit onderzoek een bescheiden bijdrage geleverd aan de kennis van de beweegredenen van donkertoeristen. Een punt waar wellicht in de toekomst meer aandacht naar uit kan gaan, is het in kaart brengen van het perspectief van de toerist die daadwerkelijk afreist naar een donkere locatie, in plaats van dat deze tot een van de vele toeristenattracties behoort. Er kan verwacht worden dat in dergelijk onderzoek nog meer de diepte in kan worden gegaan omtrent de motivaties van donkertoeristen. Toekomstig onderzoek naar verscheidene locaties van donkertoerisme zal het beeld van donkertoerisme stukje bij beetje completer maken. ■

Levend
Erfgoed
02 2011

23

Een tentoonstelling met ballen

Zach Jansen

tweedejaars student aan de Reinwardt Academie



Het afgelopen jaar deden studenten van de Reinwardt Academie mee aan een ontwerpwedstrijd voor een tentoonstelling in het Westfries museum in Hoorn. Over een typisch volkscultureel onderwerp: kerstmis. Hoe gingen zij te werk?

Levend
Erfgoed
02 2011

24

In de vierjarige opleiding aan de Reinwardt Academie in Amsterdam worden studenten klaargestoomd voor een baan in de museale branche. In het tweede jaar krijgen zij de opdracht een tentoonstelling voor een museum te ontwerpen. Projectgroep C5 mocht een tentoonstelling ontwikkelen voor het Westfries Museum in Hoorn voor de winter van 2011-2012 met als uitgangspunt de kerstraditie toegespitst rondom het object 'De Kerstboom'. Voor tweedejaars studenten een gelegenheid bij uitstek een ontwerp te maken waarbij ze de objecten konden selecteren en een ruimtelijk ontwerp maken.

Publiek

Als tentoonstellingsmaker probeer je in de huid te kruipen van het beoogde publiek. Wat is de interesse, achtergrond en smaak van mijn doelgroep? Is deze eigenlijk wel cultureel geïnteresseerd? Zouden zij het museum al kennen? Hoe kun je ze verleiden dat zij op een winterdag op de fiets stappen om zich een middag in gebruiken rond kerstbomen gaan verdiepen?

Het Westfries Museum formuleerde de vrouw en haar gezin als beoogde doelgroep voor deze tentoonstelling. Met name vrouwen uit Hoorn of directe omgeving, zouden verleid moeten worden om de tentoonstelling te bezoeken. Grote kans dat ze

haar gezin zou meenemen naar het museum. De missie was dus inzicht te krijgen in de psyche van de Hoornse vrouw.

Het opstellen van een dergelijk profiel bleek niet eenvoudig; je ziet haar lopen, de gezinsvrouw, kinderen aan de hand op weg naar het zwembad. Maar eigenlijk weet je heel weinig over haar, en vooral van haar verwachtingen. Al pratende kwamen we tot de conclusie dat we een ijkpersoon moesten ontwerpen waarin we onze bevindingen over de doelgroep konden verwerken. Zij zou als gemene deler gelden voor de doelgroep en deze minder abstract maken.

We kozen voor Hetty van Dijk. Zij was de fictieve Hoornse vrouw die we hadden bedacht als de belichaming van onze doelgroep. Hetty had twee kinderen, was administratief medewerkster bij Intratuin, luizenmoeder, en cultureel geïnteresseerd. Haar hielden we in ons achterhoofd bij het ontwerpen van de tentoonstelling. Is dit niet te gewaagd voor Hetty? Is dit niet te saai voor Hetty? Is dit ook leuk voor Sanne en Tim? (Hetty's kinderen). Als kinderloze student is het even wennen de wereld te bekijken door de ogen van een gezinsvrouw, maar het is de kern van doelgroepgericht denken; waarin je je verplaatst in je doelgroep. Via gesprekken, onderzoek op fora, en observatie vonden we een aantal uitgangspunten om onze ijkpersoon te definiëren.

Op deze wijze vonden we dat vrouwen uit de regio West-Friesland van showbizz hielden, nostalgisch waren maar ook trendbewust.

Aanpak

Ons uitgangspunt werd daarom: een tentoonstelling maken waarin thema's als nostalgie, trends en BN'ers verwerkt worden zonder te vervallen in een kitscherig geheel. Voor ons ingewikkeld was dat door de commercie de sfeer rondom kerstbomen tegenwoordig doordeesemd is met opzichtigheid en schijnromantiek. De kerstboom is kermis geworden die vooral omzet genereert. Wij wilden juist het tegenovergestelde bereiken.

De kerstboom staat symbool voor een traditie en is erfgoed dat al generaties verankerd is in huishoudens overal ter wereld. De kerstboom heeft zich in vorm steeds aangepast aan de tijd maar is altijd het centrale punt van de Kerstviering en -traditie geweest.

De tentoonstelling zou de nieuwsgierigheid moeten wekken bij de jeugd, bij jongeren bij wie de kennis van de ontstaansgeschiedenis dikwijls ontbreekt. Het was ons doel hen te laten realiseren dat hun eigen kerstviering in een lange traditie staat. Dit deden we door bijvoorbeeld te vertellen dat al in de zestiende eeuw toegewijde Christenen gedecoreerde bomen in hun huis brachten.

De legende gaat dat de protestantse kerkhervormer Maarten Luther op een decemberavond door de bossen liep en de sterren door de dennenbomen zag schijnen. Hij wilde dit beeld aan zijn gezin laten zien dus besloot hij een boom in zijn huis te zetten die gedecoreerd was met lichtjes. Waar gebeurd of niet: het legt wel de kern van de kersttraditie bloot. Het samenzijn van het gezin met de samen versierde en verlichte kerstboom als middelpunt, dichterbij kom je niet bij het Kerstgevoel. Maar hoe vertaal je dit Kerstgevoel in een gezinstentoonstelling?

De tentoonstelling

Als start van het ontwerpproces probeerden we zoveel mogelijk ideeën te verzinnen opdat we in ieder geval klei hadden om mee te boetseren. Dan de selectie: wat wilden we vertellen en duidelijk maken over de boom? Wat was van belang om uit te dragen? En, uiteindelijk: de vormgeving. Er volgden vele brainstormsessies, eindeloze en uitputtende speurtochten in de uithoeken van onze verbeelding.

Iedereen heeft bij de kerstboom wel een specifieke herinnering met een persoonlijke betekenis. De den-nengeur in combinatie met de geur van kaarsvet is

een samenspel dat ons terugvoert naar onze vroegste herinneringen. De kerstbeleving is voor ieder anders en is juist daarom lastig om te vangen in een specifieke tentoonstellingsvorm. De uitgebreide geschreven historie van de kerstboom was voor ons tentoonstellingsmakers weliswaar een rijke bron om uit te putten, maar de uitdaging lag in het schikken en persoonlijk maken van de informatie voor de doelgroep.

Ik merkte al eerder op dat het symbool kerstboom de afgelopen jaren flink is uitgekauwd door de commercie. Voor ons een uitdaging om het desondanks in een nieuw licht plaatsen. Bij het ontwerpproces probeerden we vanuit het centrale onderwerp nader in detail te treden. Het thema 'kerstboom' deelden wij op in een aantal subthema's, die de bezoeker afwisselend zouden informeren, inspireren en amuseren. Subthema's als 'de kerstboom en commercie',

Hoe vertaal je het kerstgevoel in een aansprekende gezinstentoonstelling?

'persoonlijke kerstverhalen' en 'verassende bomen' zouden de bezoeker aan de hand nemen en door de opstelling emoties als vertederend, herkenning en verrassing oproepen.

De tentoonstelling, die twee verdiepingen beslaat, zou van start gaan met informatie over het ontstaan en traditie van het gebruik van de kerstboom met als doel de kerstboom in zijn historische context te plaatsen. Dit zou door middel van een film gedaan worden. Het idee erachter was dat het een laagdrempelige manier was waardoor de tentoonstelling vooral voor kinderen gemakkelijk toegankelijk zou zijn. Als het goed is zou de bezoeker warm zijn gelopen voor het onderwerp en de basisinformatie hebben om de rest van de tentoonstelling te plaatsen. Het gezin zou dan doorlopen naar een tentoonstellingsonderdeel met filmpjes waarop BN'ers en Hoornse gezinnen vertellen over 'hun kerstboom'. Dit onderdeel was bedacht omdat het interessant zou zijn voor de Hoornse gezinsmoeders, de beoogde doelgroep: herkenning en ook een kijkje in de huizen van de celebs.

Het kerstgevoel:
de kerstboom
met ballen
Foto: Nationale
Beeldbank



Levend
Erfgoed
02 2011

26

Als climax zou de bezoeker naar de beneden verdieping gaan waar zij verrassende interpretaties van kerstbomen genaamd 'verrassende bomen' konden bewonderen. Hier werden allerhande afwijkende, speciale, en artistieke kerstbomen opgesteld die aan zouden zetten tot nadenken over en inspireren tot het anders versieren van de eigen kerstboom thuis. Het plan was om dit deel van de tentoonstelling in een verduisterde ruimte op te stellen, waar door middel van lichteffecten een kerstbos gesimuleerd zou worden. Een bospad zou bezoekers door de ruimte leiden en boomstronken zouden sokkels zijn. De wat meer op informatie gerichte bovenverdieping had dan beneden een avontuurlijke en kunstzinnige tegenhanger.

De realiteit

Dan heb je ideeën bedacht, geschetst en uitgeschreven en blijkt toch dat de realiteit anders werkt. Al snel blijkt het hout dat je in gedachte had insecten aan te trekken. Je wilt afbeeldingen gebruiken maar dan blijken er auteursrechten op te rusten. De ludieke loopbrug, in onze ogen niets anders dan een enigszins avontuurlijke overspanning, bleek geen rolstoelen met zware accu's te kunnen dragen, etc.

Als tentoonstellingsmaker dien je die randvoorwaarden altijd een stap voor te zijn.

Als beginnende studenten drentelden wij achter deze voorwaarden aan en kwamen vervolgens onszelf tegen wanneer ideeën niet in de ruimte pasten of wanneer het budget niet toereikend bleek voor onze plannen. Wanneer je zelf door een tentoonstelling loopt, ziet alles er verraderlijk eenvoudig uit. Dit ogenschijnlijke eenvoudige geeft de indruk dat een

tentoonstelling als het inrichten van een huis is. Maar in een tentoonstelling is niets toevallig. Elke balk, doorgang, spot wordt vooraf gegaan door afwegingen, vele vergaderingen en onvermijdelijke compromissen. Het bleek vooral een kunst te vermijden dat het ontwerp door concessies zou verworpen tot een lauw en zoutloos tentoonstellingsonderdeel. Antieke kerstballen aan het plafond hangen kan een verfrissende manier zijn om het object te tonen, doch wanneer er de kans is dat ze beschadigen of kapot vallen, dan moet er een streep door het plan. Hoewel de mogelijkheden oneindig zijn blijft het werken met een collectie een belangrijke factor waar je rekening mee moet houden.

Wereldwijd zijn er ongeveer 180.500 musea, met gemiddeld dus 631.75 tentoonstellingen per jaar, dit betekent dat er ongeveer 504.800 mensen per jaar in meerdere en mindere mate hetzelfde traject afleggen dat wij het afgelopen halfjaar fulltime deden. 631.75 tentoonstellingen worden jaarlijks bedacht, geschetst en uitgevoerd. Ik denk dat er nog veel te ontdekken valt op het terrein van tentoonstellingsontwerper. In deze schrale dagen voor cultuur, denk ik dat tentoonstellingen alleen nog maar geavanceerder, strakker en meeslepender gaan worden om steeds meer aandacht van publiek en bezoekers te trekken.

De kersttentoonstelling is van 9 december 2011 tot 8 januari 2012 te zien in het Westfries Museum te Hoorn, geïnspireerd op ontwerpen van Reinwardt studenten. ■

Twee tentoonstellingen nader bekeken **Moeders en Ideale Vrouwen**

Op zaterdag 17 oktober 1981 opende in het Frans Halsmuseum de tentoonstelling 'De Kunst van het Moederschap'. Deze expositie liet bezoekers zien hoe in een betrekkelijk korte periode, de toen heersende ideeën over moederschap, Nederland in de negentiende eeuw waren binnengeslopen en hadden overgenomen. Ruim 25 jaar later, op 4 mei 2009, sloot de tentoonstelling 'De Ideale Vrouw' in het Noordbrabants Museum. Drie maanden hadden bezoekers kunnen zien hoe het beeld van de 'ideale vrouw' door de eeuwen heen was veranderd. In dit artikel zal ik deze twee exposities nader bekijken. De initiatiefnemers, de totstandkoming en de achterliggende ideeën. Er zijn zeker verschillen, maar zijn er ook overeenkomsten?

Met een schrijfmachine, een kast, een telefoon en een paar potloden kon men aan de slag. Met deze woorden beschreef kunsthistorica Liesbeth Brandt Corstius in december 2010 de oprichting van de Stichting Vrouwen in de Beeldende Kunst (svbk). Deze Stichting, die in 1975 het levenslicht zag, was onderdeel van de tweede feministische golf. Tijdens deze tweede feministische golf, die vanaf 1967 goed losbarstte, streeden vrouwen voor een betere sociaal-economische positie en een vrijere seksuele moraal. De svbk had als doel om de bijdrage van vrouwen aan de cultuur en op het gebied van beeldende vormgeving zichtbaar te maken en daarnaast de emancipatie te bevorderen van vrouwen die zich bezig hielden met beeldende vormgeving in de ruimste zin van het woord. Op dat moment was er nog weinig kennis over de rol die vrouwen speelden binnen de kunstwereld; het was zelfs onduidelijk of er daadwerkelijk vrouwelijke kunstenaars waren. Het eerste streven van de svbk was dan ook om hier meer duidelijkheid over te krijgen. Door het bestuderen van bestaande inventarissen, zoals kaartenbakken van beroepsverenigingen, maar ook door het plaatsen van advertenties in tijdschriften als *Opzij*, kon de svbk uiteindelijk een adressenbestand aanleggen van meer dan 2000 kunstenaressen.

Na deze succesvolle inventarisatie besloot de svbk in 1977 dat er ook naar de negentiende eeuw gekeken moest worden. Want, 'als er kunstenaressen in de twintigste eeuw zijn, waren ze er dan ook in de negentiende eeuw?'¹ Binnen de svbk werd een speciale werkgroep opgericht die zich bezighield met deze vraag. De nieuwe informatie die dit onderzoek zou opleveren, wilde de werkgroep gebruiken om een expositie in te richten. Deze tentoonstelling moest de bezoekers laten zien dat hedendaagse vooroordelen over mannen en vrouwen, berustten op ideeën en clichés die in de negentiende eeuw waren ontstaan of toen ook al bestonden.

Na vier maanden brainstormen, inventarisatie en onderzoek, werd uiteindelijk besloten om de tentoonstelling toe te spitsen op moederschap. Dit is niet zo verrassend, als je bedenkt dat moederschap één van de speerpunten was van de tweede feministische golf; vrouwen moesten niet langer enkel moeder en huisvrouw zijn, maar juist ook tijdens het moederschap werken om zo hun eigen geld te verdienen. Op deze manier zou hun sociaal-economische positie verbeteren. Met de expositie wilde de svbk laten zien dat de traditionele rolverdeling, de werkende man versus de huisvrouw, pas in de negentiende eeuw haar intrede in Nederland had

gedaan. Daarna had zij echter al heel snel vaste voet aan de grond gekregen en was het voor de huidige generatie vrouwen nog steeds moeilijk om dit patroon te doorbreken.

Moeders in het Frans Halsmuseum

Het Frans Halsmuseum bleek bereid de tentoonstelling op te nemen in haar programma. De expositie paste goed binnen het beleid van het museum, waar de nadruk in de jaren zeventig, onder leiding van directeur Dick Couvée, was komen te liggen op

Moederschap was één van de speerpunten in de tweede feministische golf.

sociaal-culturele tentoonstellingen die inspeelden op actuele maatschappelijke thema's. Daarnaast was Couvée geen onbekende voor de werkgroep van de svbk. Met enkele leden had hij eerder samengewerkt aan tentoonstellingen. Maar de uitspraak van Cora Hollema, socioloog en lid van de werkgroep van de svbk, vat de misschien wel belangrijkste reden, goed samen: 'Dick Couvée was altijd al op eigen houtje, heel feministisch als man zijnde.' Zo was hij bijvoorbeeld mede-auteur van het boek *Vrouwen Vooruit! De weg naar gelijke rechten*. Dit boek, uitgegeven in 1962, maar herdrukt in 1979, gaf een overzicht van de eerste feministische golf aan de hand van onder andere krantenartikelen, spotprenten en advertenties.

Op 17 oktober 1981 werd 'De Kunst van het Moederschap' officieel geopend. De tentoonstelling was verspreid over twee ruimtes. In de eerste ruimte werden de bezoekers langs verschillende thema's geleid: moederschap en gezin, liefde en huwelijk, abortus, arbeid en vrije tijd, religie, onderwijs, prostitutie, liefdadigheid en emancipatie. Ieder onderwerp werd uitgelegd aan de hand van schilderijen, illustraties en foto's. Daarnaast werd ook een koppeling met het heden gemaakt. Reclamebeelden lieten de bezoekers zien dat veel denkbeelden ook in 1981 nog zichtbaar waren. De tweede ruimte was bedoeld voor nevenactiviteiten die op een andere manier de link legden tussen de negentiende en de twintigste eeuw. Zo was er een fototentoonstelling te zien over arbeidervrouwen in de twintigste eeuw en lagen er actuele publicaties over moederschap.

De tentoonstelling was een groot succes. Dit blijkt allereerst uit het feit dat meer dan 34.000 bezoekers de expositie zagen in de elf weken dat zij liep. Daarnaast was de catalogus die bij de tentoonstelling hoorde in maart 1982 al toe aan zijn derde druk. Bovendien stelde het Ministerie van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk (CRM) geld beschikbaar om de tentoonstelling na afloop, zei het in een wat kleinere vorm, te laten rondreizen door Nederland. Of de svbk haar beoogde doel had bereikt, vrouwen aansporen om uit hun traditionele rol te stappen, is echter nog maar de vraag. Zoals Liesbeth Brandt Corstius verzuchtte in december 2010: 'Heel veel vrouwen zagen al die schilderijen



De Kunst van het moederschap, een veelbesproken en druk bezochte tentoonstelling uit 1981 met een feministische inslag.

met daarop mooie moeders met kinderen. Prachtig vonden ze het. Kijk, wij hadden het kritisch bedoeld, maar die vrouwen zeiden allemaal 'Kijk nou toch eens wat een prachtige schilderijen!'

Van Moederschap naar Ideale Vrouw

In de decennia na 'De Kunst van het Moederschap', volgden meer cultuurhistorische tentoonstellingen over vrouwen. In 1988 was er 'Helse en Hemelse vrouwen' in het Catharijneconvent, in 1996



De Ideale Vrouw: een kaskraker uit 2009

‘De vrouw in achttiende eeuws Nederland’ in het Historisch Museum Rotterdam en in 2009 de eerder genoemde tentoonstelling ‘De Ideale Vrouw’ in het Noordbrabants Museum. Deze laatste tentoonstelling was, net zoals ‘De Kunst van het Moederschap’, zeer succesvol. Meer dan 41.000 bezoekers zagen de expositie in de veertien weken dat zij te zien was.

Aanleiding tot ‘De Ideale Vrouw’ was het proefschrift van kunsthistorica Yvonne Bleyerveld, uit 1999. In haar proefschrift beschreef Bleyerveld de uitbeelding van listige vrouwen in de beeldende kunst in Nederland tussen 1350 en 1650. Al meteen na het uitkomen van haar proefschrift, bestond er zowel vanuit het Noordbrabants Museum als vanuit het Catharijneconvent interesse om hier iets mee te doen. Deze plannen liepen echter allemaal op niets uit. Pas in 2008, negen jaar na het uitkomen van haar proefschrift, nam het Noordbrabants Museum weer contact op met Bleyerveld. Net zoals de werkgroep van ‘De Kunst van het Moederschap’ had Bleyerveld een connectie met het museum, dat de tentoonstelling uiteindelijk opnam in haar programma. Zij kende de conservator Oude Kunsten en er was natuurlijk negen jaar eerder ook al contact geweest tussen het museum en Bleyerveld. Daarnaast paste een cultuurhistorische tentoonstelling over

vrouwen prima binnen het beleid van het Noordbrabants Museum. Het museum had naast een kunstafdeling en een historische afdeling, ruimtes waar onafgebroken wisselende tentoonstellingen plaats vonden over uiteenlopende thema’s.²

Het uiteindelijke onderwerp van de tentoonstelling had echter nog maar weinig te maken met het proefschrift van Bleyerveld. Het Noordbrabants Museum wilde graag wat meer positieve vrouwen laten zien in plaats van enkel listige vrouwen. Daarnaast was het voor het museum belangrijk dat er een link werd gemaakt met het heden. Ook was het museum grotendeels afhankelijk van bruiklenen, waardoor niet alle ideeën uitvoerbaar waren. Sommige schilderijen waren bijvoorbeeld te duur, of niet te lenen. Na een aantal brainstormsessies, waar naast medewerkers van het Noordbrabants Museum ook Yvonne Bleyerveld aan deelnam, werd besloten om zich te richten op vrouwelijke deugden. Lange tijd werd bij de ‘ideale vrouw’ immers niet aan schoonheid gedacht, maar juist aan eigenschappen als echtelijke gehoorzaamheid en kuisheid, soberheid, huiselijkheid en moederschap en vroomheid.

De tentoonstelling opende op 24 januari 2009. Bezoekers konden aan de hand van oude schilderijen, prenten, gedragsboeken foto’s en glossy’s zien hoe de ‘ideale vrouw’ door de eeuwen heen was veranderd. Met opzet werd tentoonstellingsmateriaal uit de zestiende tot de negentiende eeuw tegenover hedendaagse film- en videobeelden, moderne kunst en tijdschriften gezet. Op deze manier wilde het museum laten zien dat de rolmodellen misschien wel veranderd waren, maar dat vrouwen nog steeds aan rolmodellen wilden voldoen. Een interessant voorbeeld van deze confrontatie waren de eerder genoemde gedragsboeken versus de hedendaagse damesbladen. Gedragsboeken waren vrijwel altijd specifiek op een vrouwelijk publiek gericht. In deze boeken stonden voortreffelijke vrouwen uit de Bijbel en de klassieke oudheid afgebeeld. Op deze manier werden vrouwen geïnstrueerd hoe zij zich moesten gedragen in iedere levensfase. Als ongehuwd meisje, als echtgenote, moeder en huisvrouw of als weduwe; bij iedere levensfase hoorden andere ideale eigenschappen en taken. Volgens Bleyerveld zijn de gedragsboeken te vergelijken met de damesbladen van tegenwoordig. Hoewel deze hedendaagse bladen meer dienen ter amusement, staan ook hier nog steeds heel wat regeltjes in die beschrijven hoe een ideale vrouw zich dient te gedragen. Daarnaast zijn de bladen nog steeds specifiek gericht op vrouwen en hebben ze een eigen doelgroep die afhankelijk is van de leeftijd en levensfase van de lezer.

Moeders en Ideale Vrouwen: verschillen en overeenkomsten

Is er wel wat veranderd, is de vraag die gesteld kan worden. Volgens de organisatie van 'De Ideale Vrouw' wel. Vrouwen zijn immers tegenwoordig in de positie om voor of tegen een ideaalbeeld te kiezen. Zij kunnen zelf beslissen of ze aan een rolmodel willen voldoen. Hiermee hebben we meteen het belangrijkste verschil te pakken tussen de twee tentoonstellingen die in dit artikel besproken zijn. Volgens de werkgroep van de svbk was er geen vrije wil. De ideeën over het moederschap waren zo vastgeroest in de samenleving, dat het moeilijk, zo niet onmogelijk was, voor vrouwen om zich daaruit los

Het Noordbrabants Museum wilde graag wat meer positieve vrouwen in plaats van alleen listige.

te maken. 'De Kunst van het Moederschap' moest vrouwen juist aanzetten om wel een eigen keuze te maken.

Een tweede verschil is het doel van de tentoonstellingen. Zoals uit de voorgaande alinea al is gebleken, had 'De Kunst van het Moederschap' een duidelijke feministische boodschap. Het wilde vrouwen aansporen om een verandering in de maatschappij te weeg te brengen. Zo'n duidelijk politiek en maatschappelijk doel had 'De Ideale Vrouw' niet. Zij wilde wel de veranderingen laten zien, maar hier niet per se een discussie mee losmaken.

Toch zijn er zeker ook overeenkomsten tussen beide tentoonstellingen. Allereerst legden beide exposities een link tussen het heden en het verleden door oude en nieuwe beelden naast elkaar te plaatsen. Beiden wilden immers laten zien dat ideeën en patronen uit het verleden nog steeds zichtbaar waren in het heden. Dit is, naar mijn mening, de belangrijkste overeenkomst tussen 'De Kunst van het Moederschap' en 'De Ideale Vrouw'. Hoewel eerstgenoemde tentoonstelling wilde laten zien dat de vrouw oude patronen moet doorbreken en de laatstgenoemde expositie liet zien dat vrouwen dit inmiddels kunnen maar niet altijd doen, wezen beiden erop dat vrouwen nog steeds achtervolgd worden door ideeën uit het verleden. De strijd is voor hen nog niet voorbij.

Twee tentoonstellingen uit twee verschillende perioden met elkaar vergelijken is lastig. De maatschappij en het gedachtegoed zijn veranderd, waardoor verschillen onontkoombaar zijn. Het is echter opvallend om te zien, dat er toch ook belangrijke overeenkomsten te vinden zijn in exposities die 25 jaar na elkaar hebben plaatsgevonden. Het is interessant dit onderzoek uit te breiden en meerdere sociaal-culturele tentoonstellingen over vrouwen naast elkaar te leggen. Op deze manier kan gekeken worden of en hoe de gedachten over vrouwen door de jaren heen zijn veranderd op museaal gebied. ■

Literatuurlijst

- Anja Boswijk en Dick Couvée, *Vrouwen Vooruit! De weg naar gelijke rechten* (Amsterdam 1979, tweede druk).
- Liesbeth Brandt Corstius en Cora Hollema (redactie), *De kunst van het moederschap: leven en werk van Nederlandse vrouwen in de 19e eeuw* (Haarlem 1981).
- Dick Couvée, *Beeldende Kunst – Museum – Maatschappij. Schets voor beleid* (Haarlem 1979).
- Wim Denolf, 'Schoonheid is relatief', in: *Weekend Knack* 4 (2009) 24-27.
- Noordbrabants Museum, *Jaarverslag 2009* (Den Bosch 2010).
- Anneke Ribberink, *Politiek Veelstromenland: Feminisme* (Leiden 1978).
- www.deidealevrouw.nl, bezocht 28-07-2011.
- Aletta – Instituut voor vrouwengeschiedenis, Archief Stichting Vrouwen in de Beeldende Kunst (svbk), Inv. nr. 52, stukken betreffende de oprichting, vergaderingen en zaken betreffende beeldende kunst van vrouwen, alfabetisch op onderwerk geordend, 1977-1978.
- Vraaggesprek met Liesbeth Brandt Corstius, oud redacteur van Opzij, mede-oprichtster van de Stichting Vrouwen in de Beeldende Kunst en oud directeur van het Museum voor Moderne Kunst Arnhem, gehouden op 19-12-2010, interviewcollectie van de auteur.
- Vraaggesprek met Cora Hollema, socioloog en publicist, gehouden op 28-12-2010, interviewcollectie van de auteur.
- Vraaggesprek met Yvonne Bleyerveld, kunsthistorica en oud universitair docent aan de Vrije Universiteit Amsterdam, gehouden op 16-08-2011, interviewcollectie van de auteur.

Noten

- 1 Vraaggesprek met Liesbeth Brandt Corstius, oud redacteur van Opzij, mede-oprichtster van de Stichting Vrouwen in de Beeldende Kunst en oud directeur van het Museum voor Moderne Kunst Arnhem, gehouden op 19-12-2010, interviewcollectie van de auteur.
- 2 Momenteel is het museum gesloten voor renovatie en uitbreiding. Het museum verwacht eind 2012 weer open te zijn voor het publiek.

Cultural Heritage Safeguarding

Living re-mediation as the key

Immaterieel erfgoed gaat over het doorgeven van wat gemeenschappen belangrijk vinden voor hun culturele identiteit. Volgens Nathaly Pinto, een student uit Ecuador die in Utrecht een master deed in 'Graphic Design Pathways, Editorial Design', gaat het niet zozeer om de traditie zelf als wel om de kennis en vaardigheden erachter die je wilt doorgeven. Zij noemt het 'living remediation' waarbij immaterieel erfgoed slechts kan overleven als het steeds weer opnieuw beleefd en ervaren wordt, steeds opnieuw wordt eigengemaakt door nieuwe generaties. Haar theoretische verhaal illustreert ze met een voorbeeld uit de praktijk: de Sint Maartenviering in Utrecht.

'Society has entered an age of memory loss,' historian and author E. J. Hobsbawm once said, and I agree with him. It seems that, due to rapid social changes and the development of technology, we – the people in the present – are facing dissolution from our past lives and cultural heritage. If this were to happen, factors that are invaluable in maintaining cultural diversity in the face of growing globalization, intercultural dialogue, and mutual respect for other ways of life, would be lost. Moreover, we would become a broken society; like a person suffering from Alzheimer's, social groups would start facing memory problems attached to problems of thinking and behavior. Through heritage, present generations are able to understand their place in history and to adapt to the constant changes in society; heritage brings balance and stability in a world that is continuously being transformed. This is why safeguarding cultural heritage is imperative, and unlike the case of Alzheimer's, I believe society's memory loss can be prevented and fixed. However, to solve the problem of people's alienation from culture, I believe that we will have to go beyond what we can see, focusing on the knowledge that is behind cultural heritage first, and then trying

to find suitable material representations that people in the present can understand and relate to. I recognize that rich ancestral information is what has to be preserved and the material representations are what could change. It follows that the key for enabling a society to maintain its identity and continuity over time might be the proper remediation of its immaterial cultural heritage, a delicate process that should always take account of every agent involved. After all, culture is a composition of diverse elements that move, act, and live, which makes me think that in order to safeguard cultural heritage, the term 'proper remediation' suggests the element of reviving.

First of all, when talking about cultural heritage it is important to note that what I'm referring to is the 'cumulative deposit of knowledge, experience, beliefs, values, attitudes, meanings, hierarchies, [...] concepts of the universe, and material objects and possessions acquired by a group of people in the course of generations through individual and group striving' (Samovar and Porter, 356). This means that cultural heritage constitutes a collective property, a shared memory and identity that reflect the history

De Franse maaltijd werd in 2010 op de immaterieel erfgoedlijst van UNESCO geplaatst. Hoe geef je immaterieel erfgoed van de ene op de andere generatie door?

Twee foto's uit het dossier 'Le repas gastronomique', de voordracht van de Franse regering voor de immaterieel erfgoedlijst. De ene foto verbeeldt de traditie, de andere foto laat zien hoe jongeren dit immaterieel erfgoed in hun eigen leven hebben geïntegreerd.



and values of a social group. The subject is complex and its boundaries sometimes difficult to establish, yet practical parameters discussed in UNESCO's World Heritage Convention could help us acknowledge that cultural heritage constitutes the most important historical, aesthetic, ethnological and/or anthropological elements and knowledge of a specific community; it especially includes elements and expressions that are the most representative and that best illustrate a community and its local specificities.

Ultimately, the loss of authentic cultural heritage would constitute a loss to the community, the nation and humanity at large.

When talking about cultural heritage, two key components can be recognized: the material and the immaterial. While the material component usually involves the physical or tangible aspects of cultural heritage (archaeology, art, movable objects, architecture and landscape), the immaterial component relates to the knowledge, skills and values that constitute a culture's essence. Immaterial¹ cultural heritage involves all the original knowledge of practices as well as the know-how and expertise that are behind the material representations of cultural heritage. For instance, in the preparation of a traditional dish, beyond the tangible meal there is 'a whole set of knowledge and skills concerning the foodstuff to

be chosen, their classification and taxonomy, their nutritional value, their preparation and transformation, their effects on the human body as well as the symbols associated with them in relation to myths or to oral traditions' (Barillet, Joffroy, and Longuet, 9).

We should think of cultural heritage as a process, in which immaterial heritage is the content and material heritage is the media. In this process, the immaterial (knowledge and skills) are inputted into material representations and outputted as traditions and/or living expressions, which eventually become immaterial (knowledge and skills) again. Content is passed on from one generation to the next in this fashion. And although material and immaterial heritage are two symbiotic agents – knowledge, information and belief systems could not pass through generations if they did not at some point take a sensible form, and material heritage only reaches full significance when supported by knowledge and values that give meaning to its existence – it is important to observe the temporary nature of the material part.

What this tells us is that looking into the cultural heritage process, the wealth of cultural heritage does not rely fundamentally on the material manifestation that is time-linked, but rather on the transcendental system of the knowledge and skills behind it. The fundamental wealth in the cultural heritage process relies on the transcendent immaterial heritage.

Cultural heritage process as a network with agents

We have established that cultural heritage is a process. Now, taking a closer look, one can discover that this process could also be described as a network with rhizomatic characteristics: a social structure that is non-hierarchical, non-centralized, usually self-regulated, and formed from generation to generation. It is close to Foucault's description of discourse: 'an entity of sequences of signs in that they are statements'² (Foucault 121). Cultural heritage could be understood not as a unity of cultural expressions³, but as a complex network that enables those cultural expressions to have meaning and relationships with material representations, immaterial matters, and a particular territory and its people. If we looked at cultural heritage as a complex network, we would understand that it is produced and reproduced through the various practices, expressions and activities that serve as systems of signification. Thus, cultural heritage is generated through connections and agents, and its continuity is defined by the

consistency of the connections and agents that produce it. We will take a deeper look into this network later in this paper; let's first understand the agents involved in the network.

Content, or immaterial culture

When we talk about content, we are talking about immaterial culture itself. Identifying it can be complicated, since we are basically talking about something intangible, yet some filters can help us with this selection. First, as I mentioned before, not all expressions in a specific territory constitute cultural heritage; cultural heritage consists of only the most important historical, aesthetic, ethnological and/or

Culture carrier agents are a crucial part of the immaterial mediation and remediation process.

anthropological elements and knowledge of a specific community, especially the elements and expressions that are the most representative and that best illustrate a community and its local specificities. And second, immaterial cultural heritage is part of cultural heritage, but it only refers to practices, representations, expressions, knowledge, know-how and expertise.

Media, or material culture

When we talk about media, we are talking about the physical or tangible part of culture. This can include buildings and historic places, monuments, books, documents, works of art, machines, and other artifacts, as well as textiles, apparel and fashion, ceramics, furniture, gastronomic products and, very important today, channels of communication. These cultural expressions materialize the knowledge and skills of a particular social group. Moreover, media is everything that conveys the intangible aspects of cultural heritage, commonly adopting the techniques, forms, and social meaning of its own particular territory, shaping or re-shaping earlier media. When we talk about 'medium' in culture, we should always do so in the plural, since no medium can operate in isolation without relating to other media.⁴

Context, or particular territory

In terms of the cultural heritage processes, context relates to the specific physical land and environment of each generation and its perception of the history and memory in which it exists and of which it forms a part. What this means is that context or a particular territory is attached to the historical circumstances of a cultural expression. The significance of a particular cultural expression depends on the conventions and conditions that characterize the cultural heritage process to which it belongs.

People

In a broad sense, people are the ones who carry, convey and understand heritage. If we think about it, cultural heritage emerges within a social group of a particular territory and is inherited from the previous generation, so people are not just part of culture, they are also sources and receivers, in other words culture carrier agents. People are the ones who retrieve the knowledge and/or develop the skills that comprise immaterial culture, mediate the media to convey this information, and, if the form is appropriate, deliver the information successfully.

Furthermore, cultural heritage is a process of recurrence. This means that in order for cultural heritage to exist, the process must be repeated continuously. For instance, the preparation of a traditional dish requires someone to cook and someone to eat, but the perpetuation of the dish relies on those who eat eventually becoming the cooks. Following this logic, people of today, current culture carrier agents, are the ones in charge of keeping the process cycle going: mediating and re-mediating in accordance with priorities and criteria congruent with the present particular territory. So people give meaning to cultural heritage, and as culture carrier agents they are a crucial part of the immaterial mediation and re-mediation process.

Looking into the problem

Once we understand the agents involved in the cultural heritage process, if we look at the current problem of people feeling alienated, disconnected or careless towards culture, and take into account that the actual wealth of cultural heritage lies not in material manifestations but rather in the content that they convey, we can see that cultural heritage communication issues can be resolved by dealing with the way the message is formed. In other words, if one could convey immaterial culture, which is content, in different medium that are appealing and understandable for people today, because they are in context, then culture heritage could pass through.

What this means is that cultural heritage content should be re-mediated in order to safeguard it.

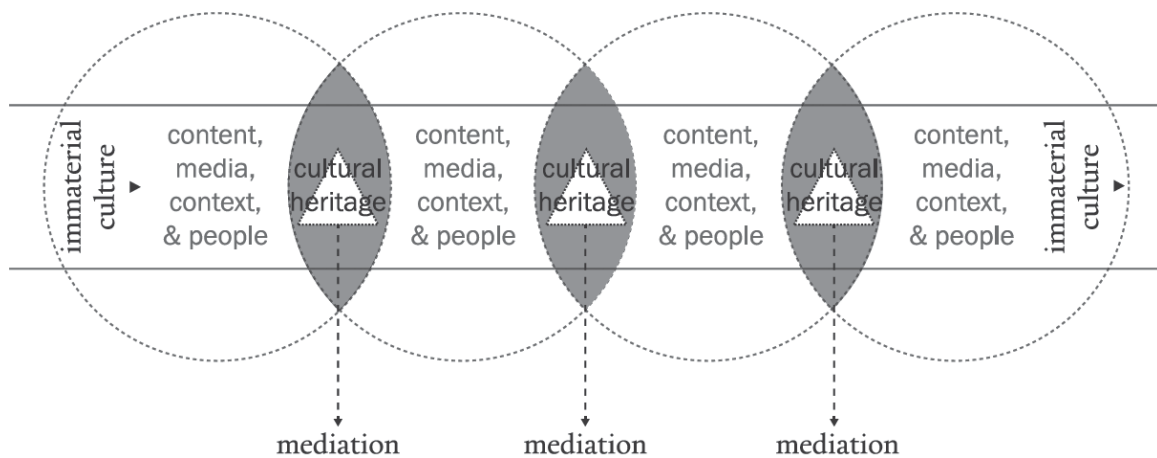
Remediation and the cultural heritage network

Media is the materialization of cultural heritage through the process of mediation that is a response to the necessity of making culture tangible by using available technology: tools and information that can be recognized and used by the current public. Now, when I talk about re-mediating immaterial cultural heritage I do not mean simply replacing an old media with new one. Even though immaterial cultural heritage mediation and remediation are linked with technology, they should absolutely not be deter-

The new social media are an ideal channel for interaction among cultural heritage network agents that living cultural remediation requires.

mined by it. In the first place, although an effort might be made to have new media replace older media, the new media usually remains dependent on the existence of the older one: for example, mobile phones were intended to replace regular phones, yet they maintain old phone characteristics. Second, one should think of remediation of immaterial culture as always reviving and reshaping the cultural heritage network through the consistency of the connections and the way agents produce cultural heritage.

The problem with technology overtaking the course of the remediation lies in how much of the living part – the experience – of immaterial cultural heritage we leave behind by focusing on technology. At this point, it is crucial to understand that there is a big difference between safeguarding measures, which ensure immaterial cultural heritage remediation, and protecting heritage; the former suggests movement and continuation, while the latter sug-



Cultural heritage needs to be practiced to exist, that is the only way immaterial knowledge (white line) can go forward through history. For this, mediation acts in the cultural heritage process as communicational node between each generation. In a way, through times, every mediation is a remediation of the previous one.

gests static procedures. Isolated technology-driven actions, for example digitalizing culture, should not be accepted as proper immaterial cultural remediation, since they lack action – the involvement of people actually performing the immaterial cultural expression.

Immaterial culture living remediation

When talking about remediation of immaterial culture we should think not about products, but about production processes. This means that what we should focus on is the process that the agents in the cultural heritage network perform to produce the cultural expression (both media and content). If cultural heritage is generated through connections and agents, and if its continuity is defined by the consistency of the connections and the agents that produce cultural heritage, then the kind of remediation that we should be seeking – the kind that keeps the process of cultural heritage alive, without freezing or trivializing it – depends on paying close attention to every agent involved in the cultural heritage network. Living remediation seems to be the right solution, but if we talk about remediation, the question ‘what is the media of today?’ should be answered.

At this extended historical moment, in thinking about state-of-the-art media – flexible, usable and engaging, beyond computers, intelligent devices, television, film, digital photography, and so on – the term ‘new media’ stands out. Why? Well, new media has reached a point where we are not just talking about technologies, but about how technologies ‘constitute networks or hybrids that can be expressed in physical, social, aesthetic, and economic terms’ (Bolter and Grusin, *Remediation*:

Understanding New Media, 19). These characteristics make new media the ideal channel for creating the kind of pattern of interaction among cultural heritage network agents that living cultural remediation requires.

New media and immaterial culture

New media refers to the cultural objects that use digital computer technology for the distribution and presentation of knowledge and information – for example, the Internet, websites, computer multimedia, etc. The power of new media lies in broader possibilities, involvement and connections: ‘on-demand access to content anywhere, any time, on any digital device, as well as interactive user feedback, creative participation and community formation around the media content’ (New Media, 10). In other words, while we face dissolution from our past lives and cultural heritage, new media can support and broaden the complex pattern of interaction that living remediation demands because it can shape the possibilities, messages and conversations of the cultural heritage network.

This means, for example, that new media, such as YouTube, Facebook, blogs, and specialized websites, etc., could be used to educate, organize, share cultural products, communicate, and promote involvement, thereby narrowing the generational gap (between cultural heritage holders and young people), exposing wider audiences to tradition, and bringing knowledge to today’s users in an understandable and appealing language. Introducing new media to the immaterial cultural heritage does not mean simply establishing new systems of communication for the agents involved, but rather shaping and reshaping their network.

Remediation should emerge within the social group and its particular territory, and it should correspond to instruments and social applications that change continuously, adapting to new tools that shape and are shaped by the network, context, and social group. This means that although the inclusion of new media is a key aspect in the immaterial culture remediation project, their relationships with other/older media and the other agents involved in the cultural heritage network should be taken into account. Remediation is not reduced to the creation of virtual platforms. Immaterial Culture Living Remediation should be understood and operate as an extensive campaign in which new-media-related

actions are part of the network connecting other agents and actions. This is why the process of remediation should involve, but not be restricted to, the creation of new media objects, virtual platforms and, if necessary, non-digital publications that connect and support other living remediation actions, like events, symposiums, talks, forums, and workshops. The relationships among all of the actions and agents will determine the success of a remediation process/campaign.

Case study: Sint Maarten in Utrecht, The Netherlands

Sint Maarten is a known festive event celebrated each year on November the 11th in several European countries. The primary action of this cultural expression is that on that day, in the evening, groups of children accompanied by their parents, go in processions through the streets. They hold lanterns made from paper as they knock on doors and sing songs in exchange for candy. In the Netherlands, Utrecht is one of the cities that remain the closest to the tradition: Sint Maarten is Utrecht's patron, represented in the city's flag and with the city's most characteristic building made in his honor -the dom-. The cultural expression is reasonably practiced, and efforts to maintain this tradition alive are held by Utrecht's very own Sint Maarten Committee, which



Levend
Erfgoed
02 2011

36



Utrechtse kinderen
verzamen zich voor de
Sint Maarten-optocht

is regularly organizing events and spreading knowledge related to this cultural expression. However, actions generated by the older generations and the Committee are losing power: people between the ages of 12 to 30 years old are uninterested and a lot of the efforts in safeguarding the tradition get lost. This is where an Immaterial Culture Living Remediation (ICLR) campaign is needed.

For this particular case study, the ICLR campaign started establishing three key aspects: immaterial culture, objective and target. To ascertain all of these it was necessary to recur to knowledgeable people, like local leaders and local people. After doing this, it was determined that the immaterial culture behind Sint Maarten was the value of sharing and the skills necessary to keep the tradition (knowledge of how to make lamps, sing the particular songs, etc). The objective for keeping Sint Maarten in Utrecht alive was to engage more people with the tradition and to help conveying necessary knowledge and skills, facilitating generations to learn and practice those. And the target was determined mainly as parents and kids, which are the ones directly involved in the main activity of the tradition, and secondary, people between the ages of 12 to 30, since they will be the next culture carrier agents. The next crucial step was to identify and visually represent the campaign. The proposal was to express the message through a name and attitude: 'Delen Sint Maarten', share like Sint Maarten. Accordingly, the proposition for the visual representation of the campaign was a simplification of a divided coat (inspired in one of Sint Maarten's most famous legends), that also connected with the already stated flag of Utrecht and yet, conferred the campaign its own personality.

Up to this point, immaterial culture, context, and people were taken into account. Media or material culture was an agent that would take part in the next step of the campaign: remediating. Since events like awardings, ceremonies, concerts, competitions, fests and workshops are already being organized, what was needed was a designed communicational process that included the existing events, enhancing and connecting them through a digital platform and social media (like Facebook and Twitter). The digital platform, would convey all the information regarding Sint Maarten, including interactive resources available online and for download. It would allow participation and commentaries of the community, and it would have a complete and explanative agenda. The website would show activities and reactions, encouraging people to participate, and would consti-

tute a tool, since people would be able to learn skills through resources like manuals, demonstrative videos, etc. For the Facebook page, the objective was to attract uninterested people that are commonly involved in these online communities. Through a Facebook page, the ICLR campaign for Sint Maarten would stimulate participation, encouraging people to react to the different events, promoting the agen-

Culture Living Remediation should be understood and operate as an extensive campaign in which new-media-related actions are part of the network connecting other agents and actions.

da and the use of the different resources. The Twitter account objective was to share knowledge, regularly giving out facts about Sint Maarten, providing current updates and news, and also promoting the activities and the resources. Of course, the platform, Facebook page and Twitter account, would be interconnected.

With all this, the aim of the campaign is to connect all of the agents and actions (digital and non-digital) and facilitate the communication between them. Ultimately creating participation and learning, which will eventually translate in the knowledge, skills and participation necessary to keep the Sint Maarten's cultural heritage alive.

Conclusions

Proper Immaterial Cultural Living Remediation should convey the content and social meanings of a cultural expression through the expansion of the components involved and their relationships, shaping and reshaping the cultural heritage process/network itself. Only when all of the actions, agents, and media build strong connections and trigger the con-

tinuity of production of cultural heritage by the agents does immaterial culture living remediation become a reality. This is the reason why, in the process of Immaterial Cultural Living Remediation, the one should view mediation and remediation not only as hardware and software, but as a part of immaterial culture itself, to be used to try to find a balance between culture carrier agents (current and older generations that are informed and involved in the process); rich immaterial culture (a rich source of the history and identity of a social group); media (the physical or tangible part of culture, which should always be thought of in the plural, since no medium can operate in isolation); and context (physical land, historical circumstance, and a generation's environment and perception of its own history and memory), with the aim of creating an enhanced pattern of interaction between those cultural heritage agents that ensures continuity. Continuity is the fuel that keeps the cycle of cultural heritage running and alive.

When done properly, the above-mentioned designed process of communication will transform traditional knowledge and skills generated by older culture carrier agents into understandable cultural heritage for current generations, revealing content and forms that are in context, and involving those components in unprecedented ranges. Consequently, beyond the intrinsic and humanistic benefits to be gained from safeguarding cultural heritage, the Immaterial Cultural Living Remediation process opens the future to a network that constitutes a collective space for the permanent carriage of cultural values that can be expressed in physical, social, aesthetic, and economic terms. Thus, beyond reinforcing identity construction and helping people to recognize and embrace their culture and strengthen their idiosyncrasies, carrying out a process of communication that stimulates cultural awareness ultimately contributes to humanity's individual, social, economic and political transformation. ■

Noten

- 1 The term 'immaterial' is used instead of the generally used 'intangible', since what I am referring to are the cumulative knowledge and skills which, though subtle, exist through people and their manifestations. Intangible could be miscomprehended as illusory and non-existing, while immaterial alludes properly to the disincarnate knowledge and skills that I am referring to.
- 2 A statement (the original term was 'enouncement') is not a unity of signs, but rather an abstract matter that enables signs to assign specific repeatable relationships to objects, subjects and other statements. (M. Foucault, 121)
- 3 Cultural expressions are tangible and intangible forms in which traditional culture and knowledge are expressed, communicated, appear, or are manifested (Pilch, 2).
- 4 Strictly speaking, media is the plural of medium. In this research, media will be treated as a singular to refer to a particu-

lar means of communication. In communication the term 'media' is treated as the storage and transmission channels or tools used to store and deliver information or data. In the case of cultural heritage, media is treated as the storage and transmission channels or tools used to store and deliver knowledge and skills.

References

- Christian Barillet, Thierry Joffroy en Isabelle Longuet, *A Guide for African Local Governments: Cultural Heritage and Local Development* (Grenoble 2006).
- David J. Bolter en Richard A. Grusin, *Remediation: Understanding New Media* (Cambridge, MA 2000).
- Ela Kagel. 'Museums and Web 2.0 – an Illusion of Access', Weblog post. *Museums | Cultural Heritage | Digital Media | A Place for Research, Links and Shared Discussions*. Ela Kagel. Web. 18 Jan. 2011. <<http://museumsandmedia.wordpress.com/>>.
- 'Europeana – About Us', in: *Europeana*. Europeana Foundation. Web. 15 Jan. 2011. <<http://www.europeana.eu/portal/aboutus.html>>.
- Michel Foucault, *Archaeology of Knowledge* (Londen 2007).
- Yasmin Jalil Moreno, Walter Santagata en Arif Tabassum, *Material Cultural Heritage, Cultural Diversity, and Sustainable Development*. Rep. *Material Cultural Heritage, Cultural Diversity, and Sustainable Development*. Web. <http://cultural-heritage.ceistorvergata.it/virtual_library/Art._MORENO_SANTAGATA_TABASSUM.pdf>.
- P.J. Margry en Herman Roodenburg (redactie), *Reframing Dutch Culture between Otherness and Authenticity* (Burlington, VT 2007).
- *New Media: Digital Art, Interactive Art, New Media, Tellus Audio Cassette Magazine, New Media Art, New Media Art Preservation, Web Television* (General LLC 2010).
- Janice T. Pilch, 'Traditional Cultural Expression', in: *Librarycopyrightalliance.org*. Association of Research Libraries, 01 Sept. 2009. Web. 23 Mar. 2011. <<http://www.librarycopyrightalliance.org/bm~doc/issuebriefce.pdf>>.
- Larry A. Samovar en Richard E. Porter, *Intercultural Communication: a Reader* (Belmont, CA 1994).
- Laurajane Smith en Natsuko Akagawa (redactie), *Intangible heritage* (Londen 2009).
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (1966), 'Resolutions of the General Conference of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, fourteenth session', UNESCO. 01 Dec. 2010, <<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001140/114048e.pdf#page=82>>.
- Christophe Van Den Bulte en Stefan Wuyts, *Social Networks and Marketing* (Cambridge, MA 2007).
- Jan Vansina, *Oral Tradition as History* (Madison, WI 1985).
- 'What Is Intangible Cultural Heritage', UNESCO WEBSITE. UNESCO, 1995. Web. Oct. 2010. <<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=en&pg=00002>>.
- 'World Heritage Centre – Handbook on Cultural Heritage and Local Development for African Local Governments', Published UNESCO World Heritage Centre – Official Site. 07 Dec. 2010
- <<http://whc.unesco.org/en/activities/25/>>.

Levend Erfgoed

Vakblad voor public folklore & public history

Jaargang 8, nummer 2, 2011

Levend Erfgoed. Vakblad voor public folklore & public history is een uitgave van het Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed.

Redactie en exploitatie:

Nederlands Centrum voor Volkscultuur
en Immaterieel Erfgoed

F.C. Dondersstraat 1, 3572 JA Utrecht

Tel: 030 - 276 02 44

e-mail: ncv@volkscultuur.nl

www.volkscultuur.nl

Redactie:

- dr. Albert van der Zeijden (hoofredacteur, wetenschappelijk medewerker Nederlands Centrum voor Volkscultuur)
- dr. Hester Dibbits (lector cultureel erfgoed Reinwardt Academie)
- dr. Michiel Gerding (Provinciaal Historicus bij Drents Plateau)
- dr. Hendrik Henrichs (docent cultuureducatie Universiteit Utrecht)
- dr. Jaap Kerkhoven (historicus werkzaam op museaal gebied)
- Frans Schouten (voormalig lector Nationale Hogeschool voor Toerisme en Verkeer)

Omslagfoto: Nationale Beeldbank

Vormgeving: www.icarusontwerp.nl

Drukwerk: www.libertas.nl

Levend Erfgoed verschijnt twee keer per jaar, met een omvang van circa 40 pagina's. Elke aflevering bevat twee of drie hoofdartikelen, enkele casestudies en verslagen of besprekingen van recente evenementen of publicaties.

Een abonnement bedraagt € 24,- per jaar.

© Nederlands Centrum voor Volkscultuur
en Immaterieel Erfgoed

Wij hebben alle moeite gedaan om rechthebbenden van copyright te achterhalen. Mochten er personen of instanties zijn die menen aanspraak te maken op bepaalde rechten, dan wordt hun vriendelijk verzocht contact op te nemen met de uitgever.

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder schriftelijke toestemming van de uitgever.

ISSN 1574-0927

Levend Erfgoed is het vakblad voor de erfgoedprofessional. De redactieleden van *Levend Erfgoed* zijn werkzaam in het museale veld, de wetenschap, de erfgoedsector en/of in het hoger onderwijs en zijn deskundig op het terrein van volkscultuur en etnologie, museale activiteiten, cultuureducatie en cultuurtoerisme.

Via de redactieleden participeren de volgende instellingen in *Levend Erfgoed*:

- *Het Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed*, het landelijk instituut voor de Cultuur van het dagelijks leven en het immaterieel erfgoed.
Website: www.volkscultuur.nl;
- *Drents Plateau*, het expertisecentrum op het gebied van het Drentse erfgoed en de architectuur. Website: www.drentsplateau.nl;
- *Masteropleiding Cultureel erfgoed van de Universiteit Utrecht*, bestudeert (re)presenties van erfgoed in musea, erfgoedsites, media, toerisme en in educatieve contexten.
Website: www.masters.uu.nl;
- *Meertens Instituut*, onderzoeksinstituut die zich richt op de bestudering en documentatie van de Nederlandse cultuur.
Website: www.meertens.knaw.nl;
- *Lectoraat Visitor Management* aan de NHTV in Breda, het lectoraat houdt zich bezig met het genereren en geleiden van bezoekersstromen in- en bij toeristische attracties en legt een sterk accent op de beleving van bezoekers.
Website: www.nhtv.nl.

Het Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed is het landelijk instituut voor de cultuur van het dagelijks leven en het immaterieel erfgoed. Het centrum heeft als doelstelling het zichtbaar en toegankelijk maken van de immateriële cultuur en het ondersteunen van het veld. Belangrijke hulpmiddelen daarbij zijn het publiekstijdschrift 'Traditie' en de website www.volkscultuur.nl.

Erfgoed is geschiedenis zoals die hier en nu beleefd wordt en betekenis krijgt. Het vindt zijn neerslag niet alleen in materiële resten, zoals historische gebouwen en historische voorwerpen, maar ook in gedragingen, rituelen en in kunstuitingen die als erfgoed beleefd worden, het immateriële erfgoed.

Levend Erfgoed is een vakblad dat verbindingen wil leggen en de bestaande scheidslijnen in de erfgoedsector wil overstijgen. Het biedt een forum voor wetenschappelijk onderzoek en reflectie op erfgoed en erfgoedpraktijk.

***Levend Erfgoed* is een uitgave van het Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed**

F.C. Dondersstraat 1, 3572 JA Utrecht
Tel: 030 – 276 02 44

ncv@volkscultuur.nl
www.volkscultuur.nl

