

# Digitale verhalen met (IIF-)storytelling tools

Documentatie



**statik**

marketing@statik.be

<b>1. Introductie</b>	<b>4</b>
<b>2. Aantrekkelijke &amp; heldere verhaallijnen</b>	<b>6</b>
2.1. Waarom blijft een verhaal plakken?	6
2.2. De elementen van een goed verhaal	6
2.3. Publiek of doelgroep	8
2.4. Conflict & wrijving	10
2.5. Personage(s) & verteller(s)	12
2.6. Invalshoek(en) en/of terugkerende thema('s)	14
2.7. Gevoel & stijl	16
2.8. Plot & opbouw	18
2.9. Setting	22
2.10. Chronologie	24
2.11. Een storyboard maken	25
<b>3. Digitale content inzetten in storytelling</b>	<b>27</b>
3.1. Richtlijnen voor contentselectie	27
Een opmerking over werken met historische feiten	27
3.2. Publiek of doelgroep	28
3.3. Plot & opbouw	29
3.4. Personage(s) & verteller(s)	31
3.5. Setting	31
3.6. Chronologie	32
3.7. Conflict & wrijving	32
3.8. Invalshoek(en) en/of terugkerende thema('s)	33
3.9. Gevoel & stijl	33
3.10. Content selecteren & creëren met je storyboard en omzetten naar een script	34
<b>4. Advies voor gebruik van (IIF)-storytellingtools</b>	<b>35</b>
Overzicht tools	35
Storiies	35
Exhibit	37
Strollview	38
Annotate	39
Panel Truck	41



Humap	42
Micrio	43
Juncture	44
Omeka-S	45
<b>Advies tools per verhaal binnen project</b>	<b>46</b>
James Ensor	46
Nieuws van de Grote Oorlog	47
Sint-Janshospitaal	48



# 1. Introductie

Het project 'Digitale verhalen met (IIIF-)storytelling tools' kwam tot stand vanuit Vlaamse Kunstcollectie vzw in samenwerking met meemoo vzw en Musea Brugge en is ondersteund met een projectsubsidie van de Vlaamse overheid. In het kader van dit project werkte Statik deze documentatie uit, die cultuur- en erfgoedmedewerkers in staat stelt om zelf verhalen te selecteren, uit te werken en om te zetten in een digitale vorm aan de hand van digitale (IIIF-)tools.

Deze handleiding bestaat uit 3 delen:

1. Aantrekkelijke en heldere verhaallijnen
2. Digitale content inzetten in storytelling
3. Advies over gebruik van (IIIF-)storytellingtools

In het eerste deel, 'Aantrekkelijke en heldere verhaallijnen', zoomen we in op de redenen waarom een verhaal blijft plakken en welke elementen meespelen in het opbouwen van een beklijvend verhaal. Elk verhaalelement wordt geïllustreerd met voorbeelden uit kunst, literatuur en film. Doorheen de documentatie gebruiken we het sprookje van Roodkapje ter illustratie van de verhaalelementen. Daarnaast kan je bij deze documentatie enkele templates vinden die je helpen om je verhaal uit te werken in een storyboard.

In het tweede deel, 'Digitale content inzetten in storytelling', geven we per verhaalelement tips en richtlijnen om in de waaier aan beschikbare content de juiste keuzes te maken, en eventueel zelf extra content (zoals tekst- en audiobeschrijvingen) te creëren. We bespreken ook hoe je je storyboard aanvult en omzet naar een script.

In het derde deel, 'Advies over gebruik van (IIIF-)storytellingtools' overlopen we enkele IIIF-tools, hun voor- en nadelen en de types verhalen waarvoor je ze kan gebruiken.



De beste manier om deze gids te doorlopen is om een specifiek verhaal uit jouw cultuur- of erfgoedorganisatie (bv. schilderij, briefwisseling, fotoreeks ...) in gedachten te houden en aan het einde van elk hoofdstuk de ondersteunende PDF erbij te nemen en in te vullen. Zo krijgt jouw zelfgekozen verhaal gaandeweg vorm.



## 2. Aantrekkelijke & heldere verhaallijnen

### 2.1. Waarom blijft een verhaal plakken?

Wat is een recent verhaal dat indruk op je maakte? Weet je waarom dat verhaal bij jou blijft plakken?

Een goed verhaal zorgt ervoor dat je publiek onthoudt wat jij wil vertellen. Wist je dat droge feiten maar liefst 20 keer beter worden onthouden als je ze verpakt in een verhaal? Bovendien zorgen verhalen voor verbinding - zowel tussen mensen als met historische figuren of merken. Een verhaal lezen of luisteren zet ook aan tot actie: een goed verhaal raakt je en zorgt dat je iets wil ondernemen.

Waarom vertellen we al 300 jaar het verhaal van Roodkapje? Omdat het ons aanspreekt:

- Spanning en sensatie: de Wolf eet Grootmoeder en Roodkapje op en wordt op zijn beurt gedood door de Jager
- Humor: "Wat heb jij grote oren!"
- Herkenbaarheid en verbinding: wie wil niet zo zelfstandig en moedig zijn als Roodkapje, alleen in het bos?
- Emotie: angst, blijdschap, woede,...
- Moraal: wat leer je (als kind) bij door naar het verhaal van Roodkapje te luisteren?

### 2.2. De elementen van een goed verhaal

In elk (goed) verhaal komen een aantal vaste elementen terug. Je kan die elementen letterlijk nemen, als je verhaal bijvoorbeeld verteld wordt door een fysieke verteller, zoals tijdens een poppenkast. De elementen zijn:

- Publiek of doelgroep
- Conflict & wrijving
- Personage(s) & verteller(s)
- Invalshoek(en) en/of terugkerende thema('s)
- Gevoel & stijl



- Plot & opbouw
- Setting
- Chronologie

### Een voorbeeld: Comedian van Maurizio Cattelan

Het lijkt eenvoudig: een banaan die met tape aan de muur van een museum plakt.

Voor welke doelgroep is dit kunstwerk bedoeld? En hoe krijgt het een extra leven als het wereldwijd aandacht krijgt? Wie zijn de mensen die naar het kunstwerk kijken, er foto's van nemen?

Hoe verandert het verhaal wanneer je een andere verteller neemt: Maurizio Cattelan, de directeur van het museum, een bezoeker, een museumbezwaker... Of de banaan zelf?



Niet elk element is in elk verhaal even sterk aanwezig, maar we raden je aan om in ieder geval over elk element na te denken. Je kan er slim mee spelen om je verhaal onvergetelijk te maken. Ga eerst voor elk element apart na welke rol het speelt in jouw verhaal en zoom daarna uit om te bekijken hoe de elementen op elkaar inspelen.

### Ondersteuning

Om je denkproces te ondersteunen, vind je in bijlage van de documentatie een PDF met werkbladen om over elk verhaalelement na te denken.



## 2.3. Publiek of doelgroep

Een goed verhaal moet verteld worden. Aan wie wil jij je verhaal vertellen, wie wil je dat er luistert of kijkt?

We splitsen je publiek of doelgroep op in twee groepen:

- De primaire doelgroep(en): die personen voor wie je verhaal in de eerste plaats bedoeld is, bijvoorbeeld jonge kinderen, senioren,...
- De secundaire doelgroep(en): de personen die je verhaal ook meepikken, bijvoorbeeld een juf die met haar klas in een museum komt, een gids of begeleider van een groep toeristen,...

Voor je start met je verhaal te schrijven, denk je best eens goed na: voor wie schrijf je het eigenlijk? Wat kenmerkt die groep, wat vinden ze interessant, wat vinden ze saai? Probeer je doelgroep zo nauwkeurig mogelijk te definiëren. Splits desnoods op in verschillende doelgroepen. De volgende vragen helpen je daarbij:

- Welke leeftijd heeft je doelgroep?
- Welke nationaliteit heeft je doelgroep?
- Welke taal spreekt je doelgroep?
- Heeft je doelgroep voorkennis over het onderwerp van je verhaal?
- In welke sociologische, economische en/of culturele context bevindt je doelgroep zich?
- Wat vindt je doelgroep belangrijk?
- Wat vinden ze interessant?

Je kan daarbij uitgaan van je eigen kennis van je doelgroep, maar het is altijd interessant om ook enkele personen uit je doelgroep te interviewen.





### **Een voorbeeld: op zoek naar het drakenei in het Belfort van Gent met de Little Guide**

In het Belfort van Gent gaan kinderen met de Little Guide op zoek naar een vermist drakenei. Via audiofragmenten, opdrachten en puzzels zoeken ze het ei en wanneer ze het vinden krijgen ze een ereteken als 'Drakenhoeder voor het leven'.

Dit verhaal is in de eerste plaats geschreven voor jonge kinderen (primaire doelgroep), maar is door de speelse insteek en historische feiten ook interessant voor hun ouders of begeleiders (secundaire doelgroep).

### **Een voorbeeld: Roodkapje voor verschillende doelgroepen**

Het verhaal van Roodkapje is door de eeuwen heen op verschillende manieren verteld. Afhankelijk van de doelgroep krijgt het verhaal een totaal andere invulling.

Voor de allerkleinsten is het een sprookje waarin de Wolf Grootmoeder en Roodkapje opeet, maar waarin ze heelhuids uit de buik van de Wolf springen.

Voor tieners en jongvolwassenen is er de romantische horrorfilm *Red Riding Hood*, waarin de wolf vervangen wordt door een weerwolf die een dorp teistert.

### **Ondersteuning**

→ zie PDF: 1. Publiek of doelgroep

- Kies een duidelijk afgeijnde primaire doelgroep voor je verhaal.
- Omschrijf de doelgroep en wat die belangrijk, interessant, grappig, ontroerend,... vindt.
- Denk even na of je ook secundaire doelgroepen ziet.



## 2.4. Conflict & wrijving

In elk goed verhaal zit een vorm van conflict of wrijving. Conflict zorgt voor spanning in je verhaal en duwt het vooruit, omdat je wil te weten komen hoe het conflict (al dan niet) opgelost wordt.

Er zijn verschillende types conflicten, zowel interne (in de psyche van een personage) als externe (het personage in conflict met een ander personage of met de wereld). In de beste verhalen heb je op meerdere niveaus wrijving, dus ga zeker op zoek naar verschillende conflicten die je in je verhaal kan verweven.

Enkele voorbeelden van conflicten:

- Psychologie: een intern conflict, bijvoorbeeld een personage dat X is, maar Y wil zijn
- Familie: een meningsverschil tussen broers, de verloren zoon, een erfeniskwestie
- Geografie: oorlog tussen twee landen, migratie
- Liefde: liefdesrivalen, overspel, een driehoeksverhouding, onbeantwoorde liefde, obsessieve liefde
- Geld: arm versus rijk, opgroeien in armoede, schulden, een erfeniskwestie
- Cultuur: botsing tussen twee culturen bij een verhuis, migratie
- Ziekte: de strijd tegen een langdurige ziekte, een pandemie
- Fysiek: een gevecht, een overval

### Een voorbeeld: Edward Hopper

In de schilderijen van Edward Hopper zie je meestal eenzame figuren in een stedelijke setting. Het conflict in die schilderijen zit in de (stedelijke) eenzaamheid en teleurstelling van de personages en is dus voornamelijk een intern of psychologisch conflict.



### Een voorbeeld: *Black* (film, 2015)

In de film *Black* van Adil El Arbi en Bilall Fallah komen meerdere conflicten aan bod:

- Fysiek: de confrontaties tussen de rivaliserende bendes The 1080 en Black Bronx
- Cultureel: de relatie tussen Marwan, met zijn Marokkaanse achtergrond, en Mavela, die een Congolese achtergrond heeft
- Psychologisch: zowel Mavela als nieuweling in de bende van haar neef als Marwan die de leiding over de bende moet overnemen na de arrestatie van zijn broer

### Een voorbeeld: conflict in Roodkapje

Ook in het op het eerste zicht eenvoudige sprookje van Roodkapje schuilen een aantal conflicten:

- Fysiek: de Wolf eet Grootmoeder en Roodkapje op, wordt daarna zelf gedood door de Jager
- Psychologisch: Roodkapje wil zelfstandig zijn en alleen naar Grootmoeder wandelen, maar er dreigt gevaar in het bos

### Ondersteuning

→ zie PDF: 2. Conflict & wrijving

1. Welke mogelijke conflicten zie je binnen jouw verhaal?
2. Omschrijf die conflicten.



## 2.5. Personage(s) & verteller(s)

Je personages spelen een cruciale rol in je verhaal omdat ze het tot leven wekken, diepgang brengen en ervoor zorgen dat je publiek zich identificeert met het verhaal. De acties van je personages duwen het verhaal vooruit en maken je invalshoek en thema duidelijk. Een goed ontwikkeld personage heeft een persoonlijkheid, motivatie en gebreken.

Kies je voor één of meerdere personages? Is er een hoofdpersonage, zijn er nevenpersonages? Hoe verhouden zij zich tot elkaar?

Een goed gekozen verteller helpt jouw verhaal tot bij je publiek te brengen. De stem van de verteller kan je verhaal nuanceren, extra detail toevoegen, een stemming oproepen of humor toevoegen aan je verhaal. Maar een verteller kan ook de betrouwbaarheid van je verhaal beïnvloeden. Hoe betrouwbaar is, bijvoorbeeld, een verhaal verteld door de ogen van een kind?

Je verteller kan een van je personages zijn en dus midden in je verhaal staan. Je kan er ook voor kiezen om je verhaal te laten vertellen door meerdere personages, een alwetende verteller of zelfs een gebouw of een object (denk aan de banaan in 1.2).

### **Een voorbeeld: podcast *Waar is zuster Gabrielle?* (VRTNWS)**

In de podcast *Waar is zuster Gabrielle?* vertelt VRT-journalist Philip Heymans het verhaal van de verdwijning van zuster Gabrielle uit het klooster in zijn geboortestad Dendermonde in 1982.

De afleveringen van de podcast kregen telkens de naam van de personages die in het verhaal meespelen: het parket, de commissaris, de zuster, de priester-directeur,...

[Luister hier naar de podcast](#)



## Een voorbeeld: Roodkapje

Het klassieke sprookje van Roodkapje wordt verteld door een alwetende verteller en heeft als personages Roodkapje zelf, Grootmoeder, de Wolf en de Jager.

We zouden de volgende personages kunnen toevoegen om het verhaal extra lagen te geven: de kat van Grootmoeder, de vader van Roodkapje, de dorpelingen, de boswachter of zelfs de roedel van de Wolf.

En in plaats van een alwetende verteller, kan je heel wat andere perspectieven bedenken: de Wolf, Grootmoeder, de kat van Grootmoeder, het huis van Grootmoeder of het bos.

Wanneer je personages of een verteller kiest, is het belangrijk om even stil te staan bij de keuzes die je daarin maakt. Durf algemene percepties of veronderstellingen in vraag te stellen. In de illustraties van Elli Woollard, bijvoorbeeld, is Roodkapje een zwart meisje. Waarom zou ze dat niet zijn?



*Afbeelding: Sprookjes van Grimm met illustraties van Elli Woollard (2022)*

## Ondersteuning

→ zie PDF: 3. Personage(s) & verteller(s)

1. Kies welke personages je in je verhaal gaat gebruiken.
2. Kies wie je verhaal vertelt (kan samenvallen met je personage(s)).



## 2.6. Invalshoek(en) en/of terugkerende thema('s)

Waar gaat je verhaal écht over, over alle gebeurtenissen, personages en dialogen heen? De invalshoek die je kiest en je terugkerende thema's zorgen voor extra diepgang in je verhaal.

De invalshoeken die je kiest, bepalen welke aspecten van je verhaal meer focus krijgen. Als je kiest voor een chronologische invalshoek, vestig je de aandacht van je publiek op de manier waarop gebeurtenissen elkaar opvolgen en daardoor beïnvloeden. Denk aan de kroniek van een wereldoorlog, waarin gebeurtenissen die parallel in verschillende landen gebeuren samenkomen op het moment dat de oorlog uitbreekt.

Andere mogelijke invalshoeken zijn:

- Sociologisch
- Maatschappelijk
- Ecologisch
- Geografisch
- Psychologisch
- Persoonlijk

Terugkerende thema's zoals verlies, liefde, rouw, jaloezie, de kloof tussen arm en rijk, kan je laten terugkomen in de relaties tussen je personages, hoe ze omgaan met hun leefwereld, hoe ze zelf in het leven staan. In heel veel verhalen komt de thematiek symbolisch aan bod.

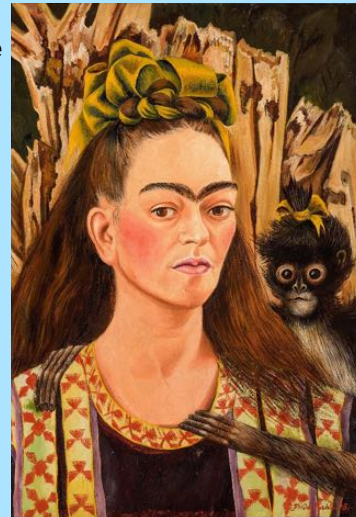


### Een voorbeeld: Self portrait with Monkey, Frida Kahlo

In het schilderij *Self portrait with Monkey* van Frida Kahlo kan je twee invalshoeken onderscheiden: de sociologische in de manier waarop Kahlo haar relatie met haar omgeving en de mensen rond zich representeert, en de culturele, in de manier waarop ze bijvoorbeeld kleuren en patronen uit haar culturele achtergrond inzet.

De thema's die in dit zelfportret naar voren komen, zijn onder andere pijn maskeren, ouder worden, teleurstelling en rouw.

Bron afbeelding: <https://artsandculture.google.com/story/tAVhGZPaNK94Lw>



### Een voorbeeld: Roodkapje

In het oorspronkelijke sprookje van Roodkapje vind je de volgende thema's terug: kinderlijke naïviteit, verlies van onschuld, sociale verwachtingen, angst en zich anders voordoen. Afhankelijk van de navertelling of interpretatie komen die thema's meer of minder naar boven.

Hetzelfde geldt voor de invalshoeken. In navertellingen komt daar bijvoorbeeld een sociologisch of psychologisch perspectief naar boven.

### Ondersteuning

→ zie PDF: 4. Invalshoek(en) & thema('s)

1. Kies welke invalshoek(en) je wil gebruiken in je verhaal.
2. Kies welke thema's er in jouw verhaal belangrijk zijn.



## 2.7. Gevoel & stijl

Een goed verhaal laat je publiek meeleven en roept door de personages, thema's en gebeurtenissen heel wat gevoelens op. Met welk gevoel wil je dat je publiek weg stapt nadat het jouw verhaal heeft beleefd?

Niet alleen de personages en het plot, maar ook de stijl die je gebruikt dragen bij aan dat gevoel. Als het je doel is om een 'onbehaaglijk' gevoel over te brengen bij je publiek, dan kan je bijvoorbeeld kiezen voor een terughoudende stijl, waardoor je publiek het idee krijgt dat het niet over alle info beschikt of alles ziet. Wil je mensen vooral entertainen, dan kan je voor een humoristische verteller kiezen.

### Een voorbeeld: Infinity Mirror Rooms, Yayoi Kusama

Wat voel je als je in deze installatie van Yayoi Kusama staat? Ontzag, speelsheid, creativiteit, verbondenheid, inspiratie,...?



### Een voorbeeld: gevoel & stijl in Roodkapje

Bekijk de twee afbeeldingen rechts. Uit de bovenste tekening spreekt een gewelddadig, krachtig en moedig gevoel door de tekenstijl en het kleurgebruik. Roodkapje wordt afgebeeld als een daadkrachtig personage, zeker geen bang klein meisje.

Het omgekeerde is waar op de tweede afbeelding: hier zie je Roodkapje die zich onveilig, kwetsbaar, klein en alleen voelt. Ze is letterlijk kleiner dan de grote wolf, in een donkere tekening vol schaduw.





## Ondersteuning

→ zie PDF: 5. Gevoel & stijl

1. Met welk gevoel wil je dat je publiek binnen komt?
2. En buiten stapt?
3. Hoe wil je die gevoelens oproepen?



## 2.8. Plot & opbouw

'Plot' is een term uit de verhaalttheorie en beschrijft de causale opeenvolging van gebeurtenissen in een verhaal: er gebeurt iets en dus gebeurt er iets anders, en dus gebeurt er daarna nog iets anders. Je plot wordt ook gezien als het raamwerk van je verhaal.

Er bestaan ruw geschetst 7 archetypes van verhalen die elk een plotstructuur voorstellen:

1. Het monster overwinnen
2. Arm naar rijk
3. De zoektocht
4. Reis en terugkeer
5. Komedie
6. Tragedie
7. Wedergeboorte

Je zal merken bij de voorbeelden, of als je op zoek gaat naar de archetypes in verhalen die je zelf tegenkomt, dat heel wat verhalen elementen van meerdere archetypes bevatten. De film *The Lion King*, bijvoorbeeld, is zowel het verhaal van een reis en terugkeer als een wedergeboorte.

### Het monster overwinnen

In dit type verhalen verslaat een held een vijand of vijandige kracht. Ze verkennen meestal thema's zoals moed, veerkracht en de triomf van goed over kwaad. Zowel de held als vijand kunnen symbolisch worden ingevuld.

*Voorbeelden: Star Wars, Lord of the Rings, King Kong, James Bond, The Witches van Roald Dahl*

### Van arm naar rijk

Een hoofdpersonage start vanuit een achtergestelde positie en klimt op naar rijkdom, succes of macht. Dit soort verhalen tonen meestal de reis van het hoofdpersonage naar



zelfverbetering, waarin dat personage kansen grijpt en obstakels overwint om een beter leven op te bouwen. De thema's zijn vaak ambitie of doorzettingsvermogen.

*Voorbeelden: Assepoester, Aladdin, Oprah Winfrey, Slumdog Millionaire, James and the Giant Peach*

### **De zoektocht of queeste**

In dit archetype staat een held centraal die aan een (gevaarlijke) reis of missie begint om een specifiek doel te bereiken, bijvoorbeeld een schat bemachtigen. Op die reis komt de held obstakels, beproevingen, bondgenoten en tegenstanders tegen. De held transformeert door uitdagingen aan te gaan en waardevolle lessen te leren. In dit type staat zelfontdekking, avontuur en persoonlijke groei vaak centraal.

*Voorbeelden: Lord of the Rings, The Wizard of Oz, Finding Nemo*

### **Reis en terugkeer**

Dit soort verhalen volgt de reis van het hoofdpersoonage naar een vreemde of onbekende wereld, waarin het personage te maken krijgt met onverwachte ontmoetingen, uitdagingen of gevaren. Op het einde keert het hoofdpersoonage terug naar de vertrouwde wereld, getransformeerd door de reis. In 'reis en terugkeer'-verhalen komen thema's als verkenning, clash tussen culturen of het contrast tussen het bekende en het onbekende vaak terug.

*Voorbeelden: The Sparrow (Mary Doria Russell), Alice's Adventures in Wonderland (Lewis Carroll), The Hobbit*

### **Komedie**

Het archetypische verhaal van de komedie heeft vooral als doel om mensen te entertainen en te laten lachen. Dit soort verhalen draait vaak om misverstanden, verkeerde identiteiten en komische timing, wat leidt tot grappige situaties. De thema's bij een komedie zijn vaak liefde en vriendschap.



Voorbeelden: *The Taming of the Shrew* (toneel, Shakespeare), *Clueless* (film), *Bridget Jones's Diary* (film)

## Tragedie

In een tragedie heeft het hoofdpersonage typisch een 'fatal flaw' - een karakterfout of externe invloed die zorgt voor de ondergang of verlies van het personage. Tragedies roepen medelijden en angst op bij het publiek en gaan meestal over diepgaande thema's zoals het lot, moraliteit en de gevolgen van menselijk handelen.

Voorbeelden: *The Great Gatsby* (boek & film, F. Scott Fitzgerald), *Peter Pan* (boek & film, J.M. Barrie), *Anakin Skywalker in Star Wars* (film), *Gregory House in House M.D.* (serie)

## Wedergeboorte

Dit soort verhalen draait om de transformatie van het hoofdpersonage nadat die een persoonlijke crisis heeft ervaren en volgt de reis van het hoofdpersonage van zelfreflectie, realisatie en innerlijke groei. Daardoor krijgt dat personage opnieuw een doel of een positieve verandering in het leven. In wedergeboorte-verhalen komen meestal thema's als vergeving, tweede kansen en persoonlijke ontwikkeling aan bod. Ze geven een gevoel van hoop en vernieuwing.

Voorbeelden: *Beauty and the Beast* (film), *The Grinch* (film), *The Secret Garden* (boek & film), *The Lion King* (film)

### Een voorbeeld: plot & opbouw in Roodkapje

Het verhaal van Roodkapje is voornamelijk gebaseerd op het archetype 'het monster overwinnen' (de Jager verslaat de Wolf), maar je zou er ook 'reis en terugkeer' (Roodkapje keert met nieuwe inzichten terug na haar reis naar haar grootmoeder) in kunnen zien.



## Ondersteuning

→ zie PDF: 6. Plot & opbouw

1. Welke van de 7 archetypes wil jij gebruiken voor je verhaal?
2. Schrijf de verschillende stappen van het verhaal uit: wat gebeurt er en welke causale verbanden zijn er tussen de gebeurtenissen ('en dus')?



## 2.9. Setting

Een bruisende stad, een eenzame hut in de bergen of een prachtig kasteel in de Middeleeuwen: waar en wanneer je verhaal zich afspeelt, zorgt opnieuw voor extra diepgang. Je setting, of die reëel of verzonnen is, geeft je publiek een gevoel van plaats en tijd en dompelt hen onder in een wereld die ze kunnen visualiseren.

Je setting kan maatschappelijke thema's naar voren brengen of symboliseren, culturele normen weerspiegelen of historische context bieden.

### Een voorbeeld: Vasa Museum, Stockholm

In 1628 voer de Vasa, een schip van de Zweedse marine, uit in Stockholm. 1300 meter verder zonk het. In april 1961 werd het schip geborgen en startte de restauratie. Sinds 1990 is het schip te bezichtigen in Stockholm, niet ver van waar het zonk. Het museum werd speciaal voor het schip gebouwd. Je volgt de tentoonstelling van dek naar dek en ontdekt zo het verhaal van de Vasa.

[Voorbeeld van een audioguide voor kinderen in het museum](#)

### Een voorbeeld: setting in Roodkapje

De setting van het originele sprookje is, zoals bij alle sprookjes, onduidelijk: je weet niet exact waar en wanneer het verhaal zich afspeelt. Of zoals de meeste sprookjes beginnen: "In een land, hier ver vandaan...".

Dat wil niet zeggen dat de setting geen bepalende rol heeft in het verhaal. Zo speelt in het verhaal van Roodkapje zowel de veilige omgeving van Roodkapjes huis een rol, naast het (normaal gesproken veilige) huisje van de grootmoeder en vooral het grote, gevaarlijke bos.



## Ondersteuning

→ zie PDF: 7. Setting

1. Op welke locatie(s) en tijdstippen speelt je verhaal zich af?
2. Welke invloed heeft dat op je verhaal & personages?



## 2.10. Chronologie

In welke volgorde volgen de gebeurtenissen in je verhaal elkaar op? De chronologie van je verhaal is een fundamenteel element, omdat het (net als de plot) structuur geeft aan je verhaal, je verhaal coherent en duidelijk maakt en ervoor zorgt dat je publiek geëngageerd is.

Je kan met de chronologie van je verhaal spelen, gebeurtenissen hoeven elkaar niet lineair op te volgen. Je kan je verhaal bijvoorbeeld ook omgekeerd chronologisch vertellen of werken met flash-backs (nabeschouwing) en flash-forwards (voorbeschouwing).

### Een voorbeeld: Forrest Gump (film)

De film start in 1981. Forrest vertelt zijn leven aan mensen die naast hem gaan zitten terwijl hij op de bus wacht. Zijn leven wordt verteld in flashbacks naar zijn kindertijd, tienerjaren, studententijd en tijd in het leger. Terug in 1981 blijkt dat hij wacht op de bus naar zijn jeugdliefde Jenny. Vanaf dan gaat het verhaal chronologisch verder.

### Een voorbeeld: Roodkapje

Het originele sprookje van Roodkapje wordt lineair chronologisch verteld: het start met Roodkapje die thuis vertrekt, naar het bos gaat, de Wolf tegenkomt,...

### Ondersteuning

→ zie PDF: 8. Chronologie

In welke volgorde volgen de gebeurtenissen in je verhaal elkaar op? Welke ingrepen (bv. flash-backs/flash-forwards) kunnen jouw verhaal eventueel boeiend(er) maken?





## 2.11. Een storyboard maken

Nu je alle verhaalelementen kent en over elk element hebt nagedacht in het kader van je eigen verhaal, is het tijd om het wat concreter te maken. Een verhaal bestaat uit een opeenvolging van scènes, waarin je personages iets meemaken, met elkaar praten, een draak bestrijden - noem maar op.

In elke scène komen de verhaalelementen aan bod. Je kiest zelf of je voor elke scène dezelfde elementen (bv. Verteller, setting) gebruikt, of ze afwisselt per scène.

Zorg er natuurlijk voor dat je de onderlinge samenhang van je verhaal niet uit het oog verliest. Dat doe je aan de hand van een storyboard: een eenvoudige samenvatting van elke scène (een groepering van gebeurtenissen) in je verhaal. Een goed storyboard geeft de plot en chronologie van je verhaal duidelijk weer door de opeenvolging van scènes en beschrijft de andere verhaalelementen (personages, verteller, gevoel,...). Op die manier zie je of je verhaal voldoende inhoud heeft en of het logisch is voor degene die het zal lezen of bekijken.

Een storyboard kan je creatief invullen, zoals een stripverhaal, maar je kan het ook in tekst uitschrijven. In de ondersteunende PDF bij deze documentatie vind je twee templates die je kan gebruiken om je storyboard uit te werken.

Hieronder vind je een eenvoudig voorbeeld van een storyboard voor Roodkapje. Uiteraard hoef je geen tekentalent te zijn om een storyboard te maken - je scènes en de verhaalelementen omschrijven is voldoende.



## Een voorbeeld: Roodkapje



Bron: <https://www.tes.com/teaching-resource/little-red-riding-hood-storyboard-12243142>

### Ondersteuning

→ zie PDF: Template storyboard

→ [Open Peeps](#) is een handige website waarmee je snel personages kan aanmaken, voor als je werkt met een digitale versie van je storyboard. Ideaal voor wie niet goed kan tekenen!



## 3. Digitale content inzetten in storytelling

### 3.1. Richtlijnen voor contentselectie

Om het storyboard uit de vorige stap om te zetten in een werkbaar script moet een selectie van geschikte content worden gemaakt. In dit deel van de documentatie bij digitale verhalen met (IIIIF-)storytelling tools gaan we daarom in op specifieke richtlijnen om content te selecteren. We delen die richtlijnen per verhaalelement, zoals beschreven in deel 1.

De richtlijnen gelden zowel voor bestaande content (zoals schilderijen, brieven, posters, audiofragmenten,...) als content die je in het kader van je verhaal zelf zou creëren.

#### Ondersteuning

Gebruik de richtlijnen wanneer je in je storyboard uit deel 1 content gaat selecteren. Ook daarvoor vind je in de bijhorende PDF bij deze documentatie een template.

#### Een opmerking over werken met historische feiten

We zijn geprogrammeerd om verhalen te vertellen, om elkaar en de wereld om ons heen te begrijpen. Dat betekent dat we logische verbanden zoeken en proberen om een verhaalstructuur met begin, midden en einde toe te passen, ook waar er geen duidelijke structuur is.

Storytelling heeft als doel om feiten te presenteren als een coherent verhaal voor een publiek, met een emotionele impact en/of een oproep tot actie. Elke keuze die je maakt om een (historisch) verhaal op een bepaalde manier te brengen zorgt ervoor dat je een bepaald 'frame' kiest om dit te brengen. Dat zorgt er tegelijk ook voor dat je vele andere mogelijke 'frames' niet kiest. Als je bv. het verhaal brengt van personen die ooit op een bepaalde historische locatie leefden en je kiest enkel voor mannen, dan ontbreekt het perspectief van de vrouwen die er ook leefden.



Het gebruiken van een frame is onvermijdelijk in storytelling. Het is als verhalenverteller belangrijk om je daarvan bewust te zijn en te evalueren of het gekozen frame voor jullie 'klopt', en dit ook te evalueren in functie van de bestaande tijdgeest, bv. op vlak van inclusiviteit.

Daarnaast heb je niet altijd voldoende wetenschappelijk bewezen informatie om je verhaal zo te structureren wanneer je werkt met historische feiten. Je weet niet zeker wat de personages dachten, of zelfs welke personages aanwezig waren om over de feiten te vertellen.

Daarom zal je voor je verhalen altijd deels moeten terugvallen op je eigen interpretatie, inbeelding en verbeelding om 'gaten' in te vullen, ondersteund door vaststaande historische feiten en content. Afhankelijk van het doel van je verhaal, de beschikbare content en de afstand die we hebben tot de geschiedenis, kan je meer of minder inzetten op die verbeelding. In het voorbeeld van de zoektocht naar het drakenei in het Belfort in Gent (deel 1, 2.3) zijn we zeker dat er geen draken in het Belfort hebben geleefd. Maar we gebruiken het verhaal van de draak om historische feiten interessanter te maken voor jonge kinderen en hen zo heel wat bij te leren over het Belfort. In de podcast over zuster Gabrielle kan journalist Philip Heymans terugvallen op getuigen en waar nodig aanvullen met eigen veronderstellingen, die hij ook op die manier aan de luisteraar presenteert.

### 3.2. Publiek of doelgroep

Voor je een verhaal begint te schrijven, moet je goed nadenken over je primaire en secundaire doelgroep(en): wie wil je dat je verhaal leest of bekijkt? Wat zijn de kenmerken van die personen? Dat beïnvloedt niet alleen hoe je je verhaal vertelt, maar ook de content die je gebruikt en hoe je die situeert in het verhaal.

Op vlak van de **inhoud** van je content stel je jezelf best de volgende vragen:

- Past de inhoud bij je doelgroep?
- Zijn de onderwerpen niet te complex of eenvoudig?
- Is je inhoud misschien aanstootgevend of shockerend voor je doelgroep?



### Een voorbeeld: Dino Snores

Het Britse Natural History Museum organiseert bijvoorbeeld [Dino Snores for kids](#) én [Dino Snores for grownups](#). Het concept is hetzelfde: je blijft een nacht slapen in het museum, maar de inhoud van het aanbod is (uiteraard) volledig aangepast aan de leeftijd van de bezoekers.

Daarnaast heeft iedereen graag klare **taal**: vermijd jargon (of voorzie een definitie) en pas de formaliteit van je taalgebruik aan aan je doelgroep. Spreekt je doelgroep Nederlands of een andere taal? Verschilt de taal van jouw content van die van je doelgroep? Zorg eventueel voor een vertaling.

Hou ook rekening met de complexiteit van je content. Voorzie extra duiding, bijvoorbeeld over het tijdvak of culturele situatie, waar nodig. Bekijk zeker ook of het format of de tool die je gebruikt vanzelfsprekend is. Zo niet, voorzie je ook daar best extra uitleg. Denk bijvoorbeeld aan een touchscreen waarmee je doorheen een kaart kan navigeren: zijn de knoppen duidelijk zichtbaar en aangeduid met symbolen?

De tool die je gebruikt is best ook voldoende **toegankelijk** voor zoveel mogelijk doelgroepen qua bediening. Houd er daarnaast ook rekening mee dat bepaalde types content (audio of visueel) minder toegankelijk zijn voor mensen met een beperking. Voorzie in dat geval bijvoorbeeld een audiobeschrijving voor mensen met een visuele beperking, of een tekstbeschrijving voor mensen die slechthorend zijn.

### 3.3. Plot & opbouw

In deel 1.2.8 bespraken we de 7 archetypes voor verhaalstructuren. Elke verhaalstructuur heeft een invloed op de content die je gebruikt of hoe je met die content je verhaal vertelt. We gaan hier in op de richtlijnen per archetype. Zoals eerder aangehaald, kan je archetypes ook combineren. Gebruik in dat geval de richtlijnen voor beide archetypes.



Wanneer je verhaal uit verschillende scènes bestaat, moet je ook bepalen hoe je je scènes aan elkaar gaat linken voor je publiek. Werk je voornamelijk in tekst, dan brengen hoofdstukken duidelijk de structuur aan, zoals in een boek. Als je met audio of video werkt, kan je de verteller het verhaal aan elkaar laten praten, of scènes ook als hoofdstukken beschouwen en benoemen.

### **Het monster overwinnen**

- Gebruik content die “het monster” vertegenwoordigt, bv. een vijand, een ziekte
- Gebruik content die de overwinning illustreert
- Gebruik content die scharnierpunten in je verhaal illustreert

### **Arm naar rijk**

- Toon in je content het contrast tussen de start (arm) en het einde (rijk)
- Illustreer de overgang van arm naar rijk met voorbeelden in je content

### **De zoektocht/queeste**

- Toon in je content datgene “dat gezocht wordt” (eventueel symbolisch)
- Toon waarom een personage daarnaar op zoek is
- Toon het moment dat je personage vindt wat die zoekt

### **Reis en terugkeer**

- Toont het vertrek- en eindpunt, eventueel naast elkaar als contrast
- Illustreer de reis van je personage

### **Komedie**

- Illustreer wat je personage mist met je content
- Toon de conflicten, wrijvingen
- Toon het moment dat alles goed komt

### **Tragedie**

- Illustreer de ‘tragische fout’ van je personage(s) in je content
- Toon de conflicten, wrijvingen
- Toon het moment dat alles fout loopt



## Wedergeboorte

- Illustreer met je content wat er misloopt voor je personages
- Gebruik je content om het moment te tonen dat alles goed komt

### 3.4. Personage(s) & verteller(s)

Je personage(s) en verteller(s) spelen een sleutelrol in je verhaal, zowel om het te structureren als om het voor je publiek tot leven te wekken. Een goed gekozen personage zorgt er ook voor dat je publiek zich kan identificeren. Daarom is het ideaal als je content je personages toont, bijvoorbeeld via een portret of een foto. Je verteller kan je personages voorstellen.

Is je verteller een van je personages of staat de verteller buiten het verhaal? Hoe ga je dat weergeven met je content? Laat een verteller die in het verhaal voorkomt zichzelf voorstellen. Is het mogelijk om dialect te gebruiken om je verteller realistischer te maken? Zorg wel dat je de verstaanbaarheid en dus toegankelijkheid van je verhaal niet uit het oog verliest.

#### Een voorbeeld: Serial (podcast)

De podcast [Serial](#) wordt verteld door journaliste Sarah Koenig, maar gaat over de verdwijning van een tiener, Hae Min Lee, en haar ex-vriend, Adnan Syed, die ervan wordt verdacht haar ontvoerd en vermoord te hebben. Doorheen de verschillende afleveringen vertelt Sarah het verhaal, maar Adnan komt ook regelmatig aan het woord waardoor je hem als personage beter leert kennen.

### 3.5. Setting

De locatie waar je verhaal zich afspeelt geeft extra diepgang en kleur aan je verhaal. De setting kan ook extra informatie geven, bijvoorbeeld wanneer een belangrijke historische gebeurtenis zich afspeelt op een bekende geografische locatie.



Op welke locaties en in welke periode spelen de verschillende scènes van je verhaal zich af? Dat kan allemaal op dezelfde locatie en in dezelfde periode, maar je kan ook springen in ruimte en tijd. Zorg er wel voor dat de structuur van je verhaal duidelijk genoeg blijft. Benoem waar nodig de locatie en periode expliciet, of toon die met je content.

Je personages en verteller hebben een relatie met de setting van je verhaal. Is het een meerwaarde om die relatie te benoemen? Zijn ze er geboren, bijvoorbeeld?

Als je verhaal zich afspeelt op verschillende locaties, kan het nuttig zijn om die weer te geven op een (historische) kaart. Sommige tools laten je toe om de verschillende locaties op een kaart met elkaar te linken zodat je er gemakkelijk kan doorscrollen.

### **3.6. Chronologie**

Een lineair chronologisch verhaal is het gemakkelijkste om te volgen voor je publiek. Maar soms is het interessanter om niet-chronologisch te werken, bijvoorbeeld met flash-backs of flash-forwards. Zorg er in ieder geval voor dat je je publiek niet kwijtraakt. Hoe maak je duidelijk waar je scène zich bevindt op de tijdlijn van je verhaal? Is het nuttig om concrete data te vermelden (bv. om de historische context te schetsen) of is een brede tijdsaanduiding (Bv. "3 jaar later") voldoende?

### **3.7. Conflict & wrijving**

Je verhaal bevat best een of meerdere conflicten, die ervoor zorgen dat het spannend is en dat je publiek wil te weten komen of het conflict wordt opgelost.

Je content zelf kan al een conflict bevatten. Een eenvoudig voorbeeld daarvan is een schilderij van een veldslag, zoals *De slag der gulden sporen* van Nicaise De Keyser of de gravure *Entrance of the American Army into New York* van John R. Chapin. Maar het conflict kan ook eerder symbolisch worden afgebeeld, zoals in het voorbeeld van Edward Hopper in deel 1.





### **Een voorbeeld: Sonya Clark**

Sonya Clark is een Amerikaanse *fiber artist* die met verschillende materialen werkt, waaronder haar eigen haren. Haar kunstwerken verwijzen onder andere symbolisch naar conflicten rond slavernij en discriminatie.

Je kan ook content combineren om conflict duidelijk te maken of contrasten naar voor te brengen. Denk aan het naast elkaar presenteren van pamfletten of oorlogsretoriek van twee landen die tegen elkaar strijden. Of het werk van een innovatieve kunstenaar naast meer traditionele tijdgenoten.

Je content staat misschien zelf in conflict met de historische of culturele context, of de situatie van de maker.

Ten slotte kan er een leerrijk conflict zijn tussen je publiek en de verteller van je verhaal, bijvoorbeeld wanneer je verteller veronderstellingen van je publiek onderuit haalt.

### **3.8. Invalshoek(en) en/of terugkerende thema('s)**

Als je een invalshoek en/of terugkerende thema's hebt gekozen voor je verhaal, dan sluit je content daar idealiter goed bij aan. Denk bijvoorbeeld na over hoe je verschillende personages een thema op hun manier kan laten belichten. Als je thema 'liefde' is, kan het ene personage het hebben over het huwelijk, een ander over onbeantwoorde liefde,... Je kiest dus het accent dat je wil leggen per personage.

Bevat je content symboliek die het thema illustreert? Zorg dan dat die voldoende duidelijk is voor je publiek en licht toe waar nodig, zeker wanneer er historische of culturele verschillen zijn tussen je content en je publiek.

### **3.9. Gevoel & stijl**

Je wilt met je verhaal bepaalde gevoelens overbrengen. Niet alleen je personages en je plot, maar ook de stijl waarin je je verhaal vertelt helpen daarbij.



Hoe kan je content bepaalde gevoelens triggeren of versterken? Denk aan de details die je uitlicht, voeg beschrijvingen van geuren toe, of gebruik gefluister en geroep wanneer je met audio werkt.

Ook de tone of voice van je verteller draagt bij aan het gevoel van je publiek. In 2.4 haalden we al aan dat je dialect kan gebruiken om je vertelstem kleur te geven, maar je verteller kan ook via humor, kwetsbaarheid of een strijdlustige toon gevoelens overbrengen op je publiek.

### **3.10. Content selecteren & creëren met je storyboard en omzetten naar een script**

Als je in deel 1 met de PDF die bij deze documentatie hoort een storyboard hebt opgesteld, heb je gezien dat in de tabel een extra kolom is voorzien voor je contentselectie.

Je kan op twee manieren te werk gaan:

1. Eerst je content selecteren en daarrond je verhaal opbouwen
2. Je verhaal opbouwen en daarna bekijken welke content je al dan niet hebt om dat te ondersteunen

Als je op de tweede manier werkt, loop je minder risico dat je jezelf beperkt in het verhaal dat je wilt vertellen en heb je een duidelijk zicht op de elementen van je verhaal waar content ontbreekt en je die zelf eventueel moet maken.

Wanneer je storyboard af is, zet je het om naar een script. In je script beschrijf je stap-voor-stap welke content je zal tonen en wat je erbij vertelt, in welke vorm dan ook. Hier schrijf je je begeleidende tekst uit of maak je een tekst die ingesproken moet worden. Je kan in je script ook nota's verwerken voor het omzetten van je script naar je digitale verhaal, bijvoorbeeld hoe een bepaalde afbeelding in je tool moet komen te staan.



## 4. Advies voor gebruik van (IIF)-storytellingtools

### Overzicht tools

	Geschikt voor eenvoudige verhalen	Geschikt voor complexe verhalen	Gratis	Alleen afbeeldingen	Geschikt voor multimedia
Storiies	Ja	Nee	Ja	Ja	Nee
Exhibit	Ja	Ja	Ja	Ja	Nee
Strollview	Ja	Ja	Ja	Ja	Nee
Annotate	Ja	Ja	Ja	Nee	Ja
Panel Truck	Ja	Ja	Ja	Ja	Nee
Humap	Nee	Ja	Nee	Nee	Ja
Micrio	Nee	Ja	Nee	Nee	Ja
Juncture	Ja	Ja	Ja	Nee	Ja
Omeka-S	Ja	Ja	Ja	Nee	Ja

### Storiies

Storiies is een eenvoudige en gratis tool ontwikkeld door digital agency Cogapp. Via de [editor](#) upload je een beeld of link je naar een IIF-afbeelding. Nadat de afbeelding is geüpload kan je via de editor-tool annotaties aanbrengen bij de volledige afbeelding of secties ervan.



Met Storiies begeleid je je publiek via annotaties en eenvoudig in- en uitzoomen doorheen één beeld. Storiies werkt lineair: er is één pad om door de annotaties te klikken (links en rechts), de gebruiker kan niet zelf doorheen de afbeelding navigeren.

### Voordelen

- Gratis en op termijn open source
- Heel eenvoudig in gebruik, zowel voor aanmaken als bekijken
- Eenvoudig delen via een link of embedden op een website



### Nadelen

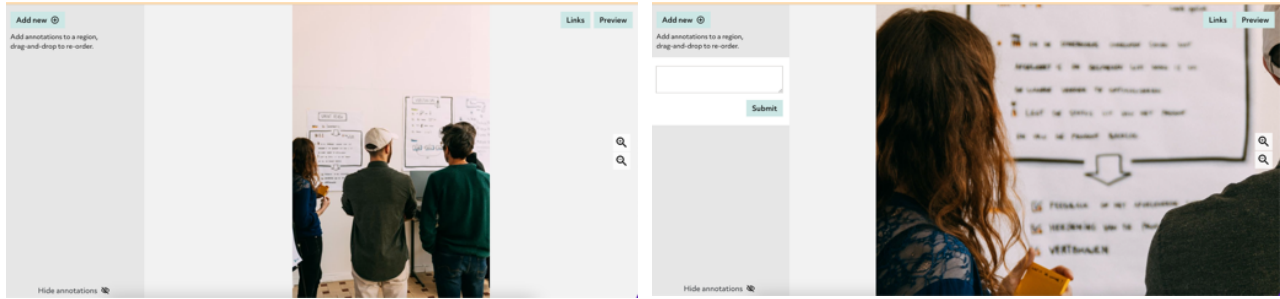
- De lineaire interface laat niet toe dat gebruikers zelf door de afbeelding navigeren
- Je kan maar één afbeelding delen
- Annotaties alleen in tekstformaat, zonder links of opmaak, of mogelijkheid om andere media up te loaden

### Hoe gebruik je Storiies voor je digitale verhalen?

Storiies werkt het beste om eenvoudige, lineaire verhalen te vertellen waarbij je één vertelperspectief hebt per afbeelding, bijvoorbeeld bij heel gedetailleerde schilderijen waarbij je verschillende elementen van het schilderij wilt uitlichten.

De tool is minder geschikt om complexere verhalen, bijvoorbeeld met meerdere vertellers, uit te werken. In dat geval kan je Storiies wel laten integreren in een website, bijvoorbeeld via Craft CMS.





## Exhibit

[Exhibit](#) is opnieuw een gratis tool, ontwikkeld door Mnemoscene. In tegenstelling tot Storiies laat Exhibit je toe met meerdere afbeeldingen te werken, je tekst te formatteren en links toe te voegen. Je kiest zelf de presentatiemodus: kiosk, scroll, slides of quiz.

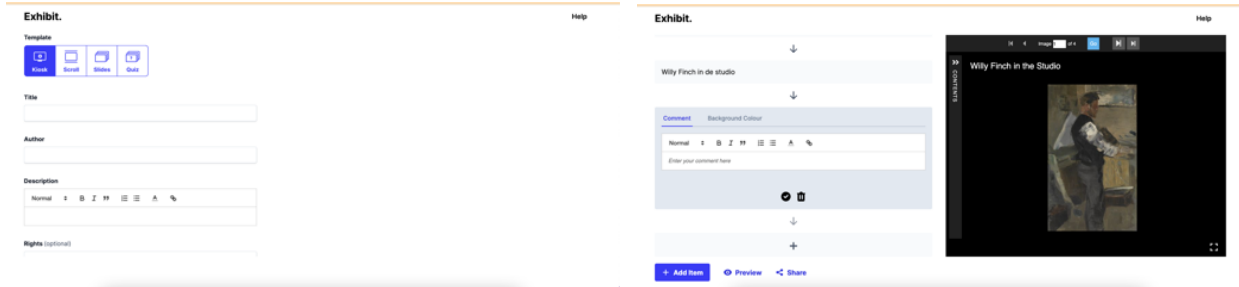
### Voordelen

- Gratis tool
- Gebruiksgemak voor de bezoeker
- Meerdere beelden mogelijk
- PDF's, 3D-modellen en audiovisueel materiaal inladen als er een IIIF-manifest beschikbaar is
- Je voegt zelf verschillende items toe (via IIIF Manifest URL) en per item kan je meerdere annotaties toevoegen
- Verschillende presentatie modussen: kiosk, slides of scroll modus
- Opmaak en links mogelijk in de annotaties

### Nadelen

- Werkt alleen met IIIF-manifesten, je kan dus geen eigen afbeeldingen uploaden
- De interface om je Exhibit uit te werken vraagt wat zoekwerk
- De lineaire interface laat niet toe dat gebruikers zelf door de presentatie navigeren
- Annotaties alleen in tekstformaat, je kan geen audio uploaden





## Hoe gebruik je Exhibit voor je digitale verhalen?

Met Exhibit vertel je je verhaal aan de hand van meerdere afbeeldingen: je bezoeker scrolt of klikt lineair doorheen je verhaal. Dankzij de opmaakmogelijkheden kan je met Exhibit iets complexere verhalen vertellen met meerdere verhaelperspectieven, bijvoorbeeld door personages te citeren.

## Strollview

[Strollview](#) is een project van seige.digital. Het is een storytelling applicatie waarmee je meerdere beelden combineert in één verhaal. Verhalen die je via Strollview maakt kan je delen via een link of integreren in je website.

## Voordelen

- Eenvoudig te gebruiken om je verhalen op te bouwen
- Gemakkelijke interface voor de gebruiker
- Meerdere afbeeldingen mogelijk
- Je voegt zelf verschillende items toe (via IIIF Manifest URL) en per item kan je meerdere annotaties toevoegen
- Opmaak en links mogelijk in de annotaties

## Nadelen

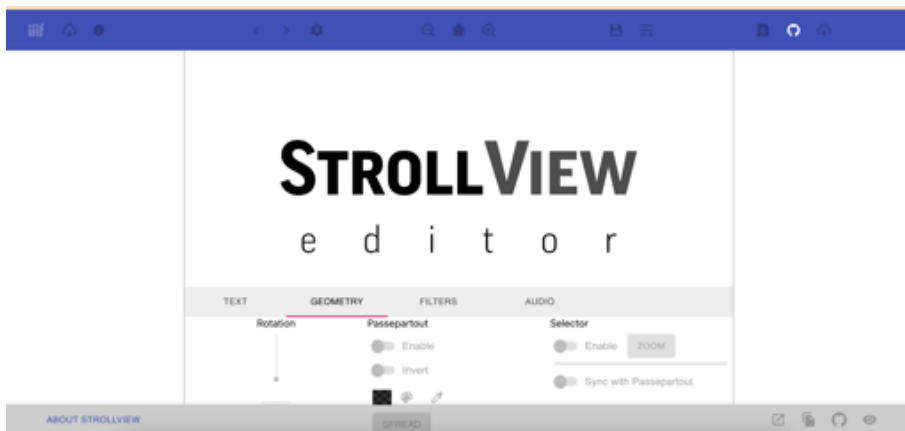
- Strollview werkt via GitHub, een codeplatform waar je met verschillende personen aan één code kan werken. Als je daar nog niet mee hebt gewerkt, kan dat een drempel zijn.
- De lineaire interface laat niet toe dat gebruikers zelf door de presentatie navigeren
- Alleen voor afbeeldingen



- Annotaties alleen in tekstformaat - audio opladen is in principe mogelijk maar blijkt in de praktijk niet eenvoudig

## Hoe gebruik je Strollview voor je digitale verhalen?

Net als Exhibit laat Strollview je toe om via een collectie van afbeeldingen je verhaal te vertellen op een lineaire manier. Je bezoeker scrolt of klikt eenvoudig doorheen het verhaal. Met Strollview vertel je iets complexere verhalen omdat je, net zoals bij Exhibit, opmaak kan toevoegen waardoor je bijvoorbeeld een personage kan citeren. Het voordeel van Strollview ten opzichte van Exhibit is dat je audio kan toevoegen aan je verhaal.



## Annotate

[Annotate](#) is een open source applicatie waarmee je afbeeldingen kan annoteren. De tool is minder handig in gebruik dan de voorgaande omdat je kennis moet hebben van code, die te downloaden is via GitHub. Er bestaat wel ruime documentatie om je te begeleiden in het gebruik van Annotate.

Annotate heeft verschillende opties om beeld en annotaties te tonen. Met *Image Viewer* toon je een enkele afbeelding met een annotatie. Met *Storyboard* heb je meer mogelijkheden om op enkele afbeeldingen annotaties te tonen die je kan aanvullen met links en zelfs audiofragmenten. Met *Multi Storyboard* kan je twee afbeeldingen naast elkaar plaatsen en via de annotaties vergelijken. *Range Storyboard* laat je toe om alle mogelijkheden van Storyboard en Multi Storyboard te combineren.



## Voordelen

- Open source
- Heel veel opties om je verhaal op te zetten
- Afbeeldingen combineren met andere afbeeldingen, links en ingebedde audio

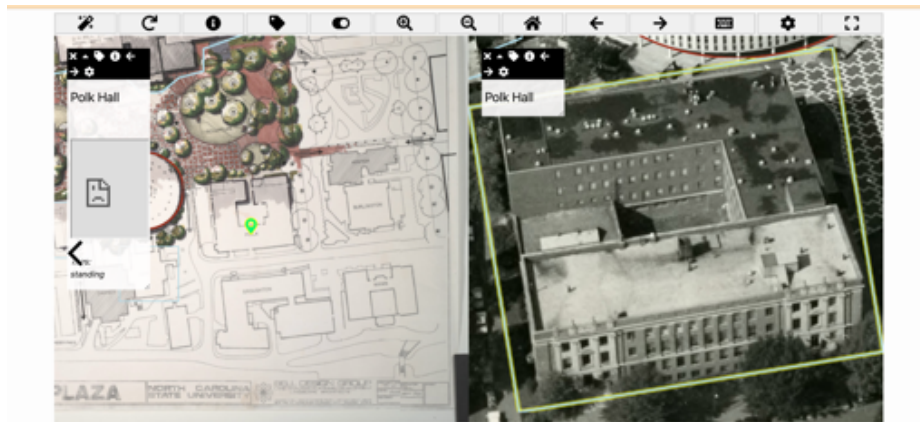
## Nadelen

- Minder handig in gebruik door nood aan kennis van code
- De tool is in de eerste plaats gericht op annotaties. Daardoor is de 'tag builder' lastig in gebruik als het gaat om storytelling.

## Hoe gebruik je Annotate voor je digitale verhalen?

Omdat Annotate heel wat mogelijkheden biedt om afbeeldingen te combineren, is het een tool die geschikt is om complexere verhalen te vertellen met meerdere standpunten. Let wel op: als je gebruik maakt van de mogelijkheid dat je publiek zelf doorheen de annotaties klikt, kan de structuur van je verhaal gemakkelijk verloren gaan.

Ook de mogelijkheid om audio toe te voegen geeft je de kans om een extra dimensie aan je verhaal te geven, door bijvoorbeeld de stem van je verteller te gebruiken of door met gevoel en stijl te spelen als je historische audiofragmenten ter beschikking hebt.





## Panel Truck

Panel Truck werd ontwikkeld door [Leventhal Map & Education Center](#). Met Panel Truck creëer je lineaire verhalen met een of meerdere afbeeldingen waarop je in- en uitzoomt. Ook voor Panel Truck heb je kennis van code nodig, je downloadt het pakket via GitHub.

### Voordelen

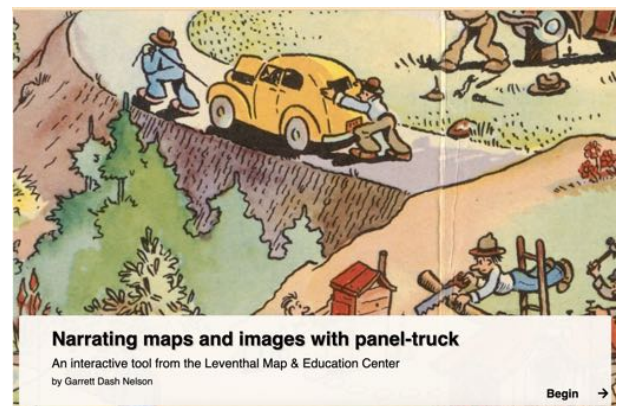
- Meerdere beelden mogelijk
- Je voegt zelf verschillende items toe (via IIF Manifest URL of andere bronnen) en per item kan je meerdere annotaties toevoegen
- Je kan werken met verschillende kaartlagen
- Opmaak en links mogelijk in de annotaties
- Heel diep inzoomen op een afbeelding mogelijk
- Lineair of zelf navigeren

### Nadelen

- Minder handig in gebruik door nood aan kennis van code
- Geen mogelijkheid om bijvoorbeeld audiofragmenten toe te voegen
- Als je bezoeker zelf navigeert, lopen de annotaties niet parallel mee

### Hoe gebruik je Panel Truck voor je digitale verhalen?

Je kan Panel Truck gebruiken zoals andere tools in dit document, bijvoorbeeld Exhibit, als je je verhaal wil vertellen aan de hand van verschillende afbeeldingen, met opmaakmogelijkheden en links via de annotaties. Een bonus van Panel Truck is dat je op elke afbeelding heel diep kan inzoomen, wat extra detail aan je verhaal kan toevoegen.



Daarom is het een geschikte tool voor complexere verhalen waarin het detail van je afbeeldingen (bijvoorbeeld inzoomen op een specifiek personage in een schilderij) van belang is.

## Humap

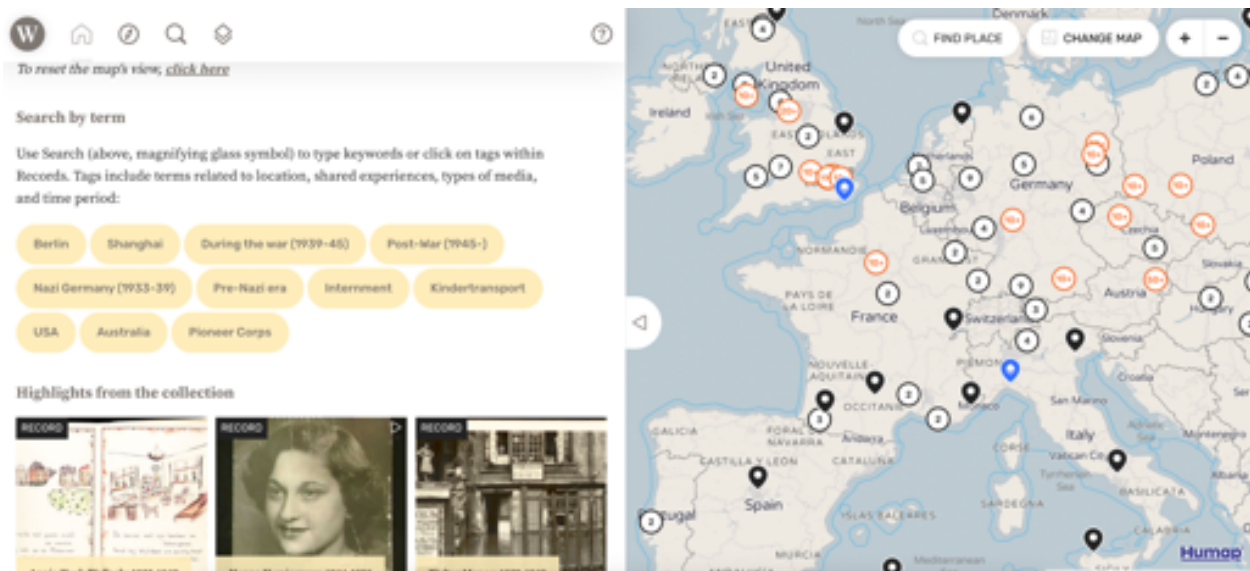
[Humap](#) is een betalende tool waarmee je interactieve kaarten maakt, met een hele waaier aan functionaliteiten. Je kan er bijvoorbeeld meerdere collecties mee op één kaart plotten, met overlays extra data en informatie toevoegen, routes en tijdslijnen op een kaart projecteren, zelf taxonomieën aanbrengen en zelfs je doelgroep mee content laten creëren.

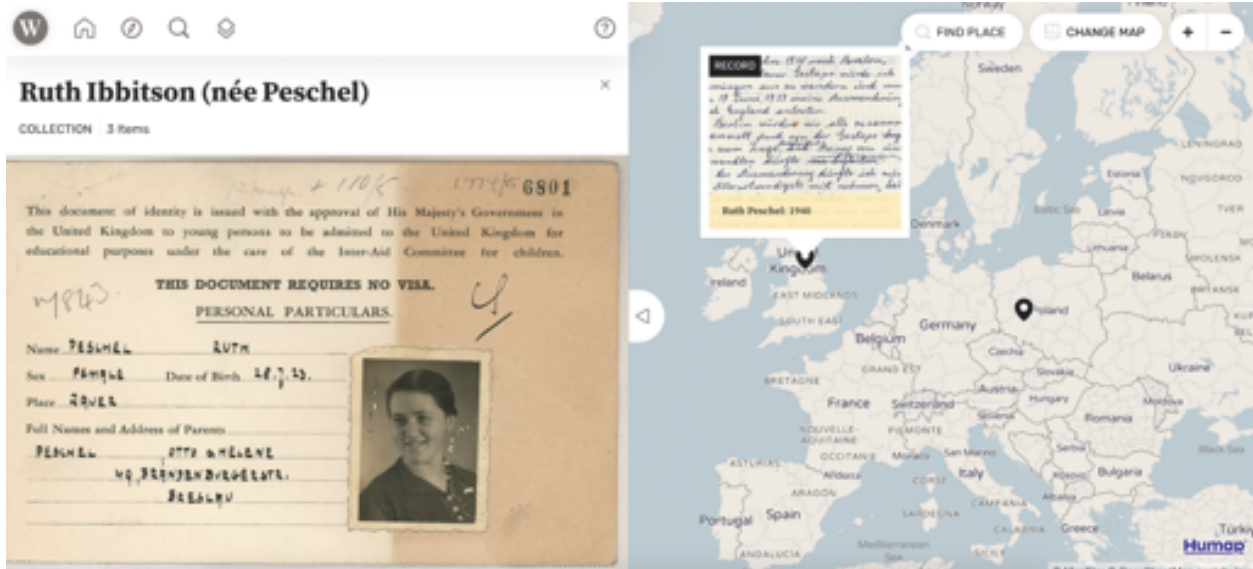
## Voordelen

- Heel wat functionaliteiten om een complex digitaal verhaal te vertellen met een mix van multimedia
- Gebruikers ontdekken zelf de documenten en collecties door in te zoomen op thema's of door te klikken op de interactieve kaart

## Nadelen

- Betalend
- Minder geschikt voor een lineair verhaal waarbij de chronologie heel belangrijk is





### Micrio

[Micrio](#) is een betalende tool, maar ook een zeer uitgebreide. Micrio laat je toe om je verhaal volledig multimediaal op te bouwen - je kan bezoekers 360° laten navigeren doorheen een afbeelding, audio- en videofragmenten toevoegen.

### Voordelen

- Heel diep inzoomen op een afbeelding mogelijk
- Interactieve 360° tours
- Mogelijkheid om markers te plaatsen op audio, video
- Mogelijkheid om (omgevings)geluiden toe te voegen aan bepaalde delen van je afbeelding
- Mogelijkheid om naast vrij navigeren ook een lineaire tour te maken voor je bezoekers
- Eenvoudig in te bedden op je website
- Geen technische kennis vereist

### Nadelen

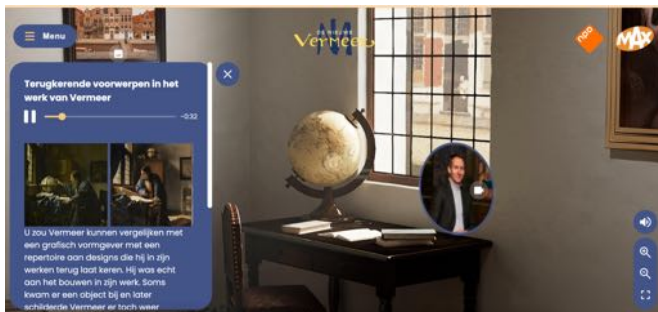
- Betalend



## Hoe gebruik je Micrio voor je digitale verhalen?

Micrio vertrekt van één basisafbeelding om je verhaal uit op te bouwen. Je hebt dus zo'n passende afbeelding nodig om je bezoeker te begeleiden. Verder is dit de meest volledige tool in dit overzicht die je zowat alle mogelijkheden geeft om je verhaal te structureren en je personages tot leven te brengen.

Net als bij Annotate kan de structuur van je verhaal wel verloren gaan wanneer je bezoeker zelf doorheen de annotaties kan klikken, daar moet je bij het maken van je scènes rekening mee houden.



## Juncture

Met [Juncture](#) bouw je digitale essays of volledige websites om je verhaal te vertellen. Via de Editor en Media Tools (inloggen met GitHub) bouw je zelf je verhaal op, waarna je het kan hosten op een externe website. Juncture biedt heel wat mogelijkheden om te annoteren, zoomen op afbeeldingen, pop-ups toevoegen met extra informatie, video's embedden...

## Voordelen

- Open source
- Brengt diverse informatiebronnen samen op één pagina



- Mogelijkheid om tekst, afbeelding, audio en video te combineren

### **Nadelen**

- Technische kennis vereist om je verhaal online te publiceren

### **Hoe gebruik je Juncture voor je digitale verhalen?**

Met Juncture geef je je verhaal vorm zoals een webpagina, waardoor je heel wat mogelijkheden hebt om multimediale content toe te voegen, inclusief IIF-integratie. Daardoor is het een ideale tool om aan de slag te gaan met complexe verhalen, verschillende vertelperspectieven en een veelheid aan content en bronnen.

### **Omeka-S**

[Omeka](#) is een open source web publishing platform, vergelijkbaar met een content management systeem. Daardoor heb je, net als bij Juncture, heel wat mogelijkheden om je content te beheren en te tonen aan je bezoekers. Omeka is een softwarepakket dat je moet downloaden, waarna je je website zelf publiceert en host. Via verschillende modules geef je je content weer zoals je zelf wilt, met een overzichtelijk menu.

### **Voordelen**

- Open source
- Brengt diverse informatiebronnen samen op één pagina
- Mogelijkheid om tekst, afbeelding, audio en video te combineren

### **Nadelen**

- Technische kennis vereist om je verhaal online te publiceren

### **Hoe gebruik je Omeka-S voor je digitale verhalen?**

Ook Omeka-S is een ideale tool om een complex verhaal met verschillende informatiebronnen te vertellen, omdat je zoveel mogelijkheden hebt qua modules.



# Advies tools per verhaal binnen project

## James Ensor

Het verhaal van James Ensor werd uitgewerkt in 5 scènes die het leven van Ensor vertellen vanaf zijn jeugd tot het conflict met Les XX rond 1887. Het verhaal wordt lineair chronologisch verteld aan de hand van beelden met begeleidende tekst. In elke scène komt een andere verteller aan het woord, zodat je vanuit verschillende perspectieven kennismaat met de jonge Ensor. Het doelpubliek voor dit verhaal zijn jongvolwassenen - de thema's zijn dan ook gekozen om die doelgroep aan te spreken: identiteit, familie en zelfontplooiing.

De chronologische structuur van het verhaal is eenvoudig, maar het is belangrijk dat de bezoeker het verhaal in die volgorde volgt en niet springt tussen de verschillende scènes. Daarnaast zorgt het afwisselen tussen vertellers en het gebruik van verschillende beelden voor wat extra complexiteit.

Daarom adviseren we om een van de volgende IIF-tools te gebruiken: Exhibit, Strollview, Micrio, Juncture of Omeka-S.

**Exhibit** of **Strollview** laten de auteurs toe om het verhaal zelf eenvoudig op te bouwen via de verschillende afbeeldingen met begeleidende tekst. Als de auteurs ervoor kiezen om een van deze tools te gebruiken, is het wel erg belangrijk om in de tekst via citaten en opmaak duidelijk te maken wie de verteller van de scène is. Bovendien moeten ze goed aanduiden wanneer de scènes (en dus de vertellers) wisselen om het publiek niet in de war te brengen.

Als het budget het toelaat, is **Micrio** een goede keuze voor dit verhaal, omdat de tool het mogelijk maakt om het afwisselen tussen verschillende vertellers duidelijk te maken. Je kan zelfs overwegen om met audio te werken en zo de verschillende vertellers echt een stem te geven.

Een alternatief is werken met **Juncture** of **Omeka-S** en met die tools een webpagina of zelfs volledige website uit te bouwen rond het verhaal. Het voordeel van die twee tools is dat je alle vrijheid hebt in de opbouw én gebruik van multimedia. Bovendien kan je het



verhaal later gemakkelijk uitbreiden, bijvoorbeeld naar de latere levensfasen van James Ensor.

## Nieuws van de Grote Oorlog

In het verhaal rond Nieuws van de Grote Oorlog volgen we John Low, een jonge man uit Schotland, die zich aanmeldt voor het front. Hij vertrekt naar Frankrijk en België, wordt verliefd op Ada en sterft uiteindelijk tijdens een aanval in Zandvoorde.

De doelgroep voor dit verhaal zijn Britse leerlingen in de eerste graad van het secundair onderwijs, met als thema's de zinloosheid van geweld, de wereldwijde impact van de oorlog en tegelijk ook de persoonlijke impact op het leven van mensen die de oorlog meemaken.

Het verhaal wordt lineair chronologisch verteld vanaf het moment dat John de troepen ziet vertrekken in Schotland tot het oprichten van een monument met zijn naam op in Aberdeen. Er wordt een mix van beelden gebruikt: brieven, foto's, posters... De eerste 3 scènes worden verteld door John, de 4e door Ada en de laatste door een neutrale verteller.

Daarom adviseren we om ook voor dit verhaal een van de volgende IIF-tools te gebruiken: Exhibit, Strollview, Micrio, Juncture of Omeka-S.

We adviseren in de eerste plaats **Exhibit** of **Strollview** voor het gebruiksgemak voor de auteurs. Die tools laten toe om een grotere hoeveelheid beeldmateriaal te verwerken met een begeleidende tekst. Ook hier is het belangrijk om bij het wisselen van vertelperspectief tussen John, Ada en de neutrale verteller aan het publiek duidelijk te maken wie op welk moment het verhaal vertelt. Daarnaast moeten de auteurs ook goed opletten dat ze de overgang tussen scènes verduidelijken, bijvoorbeeld door een inleidende tekst zoals voorzien in het storyboard.

**Micrio**, **Juncture** en **Omeka-S** bieden heel wat extra mogelijkheden voor de auteurs, bijvoorbeeld audio en video toevoegen, als dat gewenst zou zijn.



## Sint-Janshospitaal

Het verhaal van het Sint-Janshospitaal is gebaseerd op een schilderij van Jan Baptiste Beerblock: *Zicht in de oude ziekenzalen*. De doelgroep zijn jonge kinderen (en hun ouders), daarom werd er gekozen voor een eenvoudig, lineair verhaal waarin je een muis volgt doorheen de ziekenzaal, en dus doorheen het schilderij. Het doel van het verhaal is om kinderen te verwonderen door het contrast tussen ziekenzorg toen en nu.

Omdat het verhaal zich beperkt tot één afbeelding, is het mogelijk om een eenvoudigere tool te kiezen waarmee diep in- en uitgezoomd kan worden op de afbeelding.

Daarom adviseren we om hier **Exhibit**, **Panel Truck** of **Annotate** te gebruiken, met een voorkeur voor Panel Truck als eenvoudigste tool met diepe zoomfunctie. De auteurs zullen wel goed moeten waken over de duidelijkheid van de teksten voor een jong publiek, zeker wanneer er meerdere personages (Muis 1 & Muis 2) aan het woord zijn.

