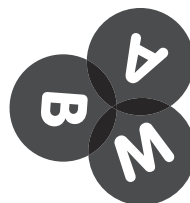


R A P P O R T

BEMIDDELING

TUSSEN KUNST EN PUBLIEK IN
HEDENDAAGSE BEELDENE KUNST

Inge Van Reeth, November 2009



Instituut voor
beeldende,
audiovisuele en
mediakunst

INHOUD

5 INLEIDING

7 RAPPORT

- 7 Visie op bemiddeling
- 9 Visie op de toeschouwer
- 13 Organisatie
- 19 Instrumenten en methodiek
- 25 Vervolg van het traject

27 BIJLAGEN

- 27 Lijst van bevroagde organisaties
- 29 Lijst van besproken topics

INLEIDING

BAM startte in 2009 een traject op rond bemiddeling in organisaties waar actuele beeldende kunst wordt getoond.

Bemiddeling tussen kunstwerk en toeschouwer is een kerntaak voor alle organisaties met een publiek toegankelijk programma. Het denken rond de plaats en het belang van publiek en bemiddeling in organisaties voor beeldende kunst is de laatste jaren sterk geëvolueerd. Aandacht voor het publiek is niet langer de laatste schakel in een productieketen (tentoonstelling concipiëren en samenstellen, realiseren, communiceren en publiek ontvangen), maar maakt integraal deel uit van alle aspecten van de werking. Bemiddeling wordt binnen deze visie een zaak van het hele team en niet enkel van een bepaalde dienst of medewerker. Deze ontwikkelingen gaan hand in hand met een beter inzicht in alles wat met publiek en bemiddeling te maken heeft. Dat is echter het ideale scenario. De praktijk volgt deze theoretische evolutie met verschillende snelheden. Niet alleen loopt het relatieve belang van bemiddeling binnen organisaties sterk uiteen, ook inhoudelijk en organisatorisch zijn er grote verschillen: sommige organisaties staan al heel ver, andere kunnen om uiteenlopende redenen een en ander verder onderbouwen en uitdiepen. BAM wil met dit traject de bemiddeling binnen het veld van de actuele beeldende kunst mee ondersteunen, rekening houdend met de verschillende accenten die organisaties leggen naargelang hun missie, schaal en locatie.

Een eerste stap binnen het traject was een kwalitatieve bevraging van elf organisaties uit het veld. De respondenten werden geselecteerd op basis van een aantal criteria: grootte en beschikbare middelen, ligging, aard van de organisatie en visie op bemiddeling. Telkens is binnen deze criteria gekozen voor diversiteit: groot en klein, geografisch gespreid, verschillende types organisaties en verschillende visies. Er werd eveneens gestreefd naar een mix van publiekswerkers/bemiddelaars en artistiek verantwoordelijken als gesprekspartners. De lijst van bevroegde organisaties werd opgenomen in bijlage 1.

In de bevraging werd gepolst naar de visie ter zake, de concrete organisatie van de bemiddeling, de bemiddelingsinstrumenten en daaraan ten grondslag liggende methodieken, en eventuele noden en hoe BAM daaraan tegemoet zou kunnen komen. De lijst met de besproken topics werd opgenomen in bijlage 2.

Voor dit onderzoek werd de volgende omschrijving van bemiddeling gebruikt: “De werking binnen een cultuurhuis die er met haar onderbouwde visie, aangepaste methodiek en inhoudelijke verwerking van informatie van zowel de cultuuruiting als het publiek en de daaruit voortvloeiende instrumenten op is gericht om de ontmoeting tussen publiek en cultuuruiting tot een betekenisvolle en waardevolle ervaring te laten uitgroeien.” Deze definitie is afgeleid uit de tekst van Peggy Saey en Marijke Van Eeckhaut, *Bemiddeling tussen cultuuruiting en publiek in cultuurhuizen. Van educatie tot bemiddeling*, geschreven in opdracht van CultuurNet Vlaanderen (2005-06). Die tekst werd op vraag van BAM voor aanvang van de gesprekken aan alle respondenten gestuurd en

functioneerde als uitgangspunt voor de bevraging. De tekst is te vinden op de website van BAM.

Daarnaast werd in de interviews ook de relevante informatie uit de vooraf opgevraagde beleids- en visieteksten van de organisaties meegenomen.

Op basis van deze terreinverkenning werd voorliggend rapport samengesteld. De bevindingen zijn in een aantal hoofdstukken gegroepeerd rond gerelateerde topics. De focus ligt op de concrete praktijk, maar er wordt vooral aandacht besteed aan de grote lijnen, de opvallende trends. Er worden geen uitspraken gedaan over bemiddeling van specifieke organisaties. Voorbeelden worden enkel gebruikt wanneer aspecten van bemiddeling bijzonder uitgewerkt zijn en als voorbeeldpraktijk naar voor kunnen worden geschoven. De hoofdstukken worden telkens afgesloten met een korte conclusie en aanbevelingen. In het laatste hoofdstuk worden de suggesties voor het vervolg van het bemiddelingstraject van BAM verzameld.

Het doel van deze bevraging was het opmaken van een eerste stand van zaken, zonder exhaustief te willen zijn. Het rapport is een startpunt voor de verdere ondersteuning van het veld op vlak van bemiddeling. BAM wil daar in de komende jaren een belangrijk actiepoint van maken voor en met het veld.

VISIE OP BEMIDDELING

Besproken topics:

- omschrijving van de eigen uitgangspunten en doelstellingen m.b.t. bemiddeling
- situering van bemiddeling in de algemene visie en missie van de organisatie
- welke terminologie (publiekswerking, educatie, bemiddeling, ...) en eventuele definitie wordt gebruikt binnen de organisatie?
- verhouding t.o.v. oriënterende tekst Saey / Van Eeckhaut (cf. introductiemail)
- plaats van de toeschouwer: is de artistieke werking gericht op de ontmoeting met de toeschouwer of ligt het zwaartepunt elders?
- omschrijving eigen positie binnen veld van bemiddeling in actuele kunst

Bemiddeling is in al de bevroegde organisaties aanwezig, maar de visie erop is niet overal even sterk uitgewerkt en er zijn ook veel verschillen. De ideeën over het belang van bemiddeling en de positie ervan binnen een organisatie lopen opvallend uiteen. Ze variëren van ‘er kan nooit genoeg omkadering zijn’ tot ‘zo weinig mogelijk omkaderen en de kunst voor zich laten spreken’. De manier waarop bemiddeling inhoudelijk wordt ingevuld, verschilt eveneens behoorlijk. Op de as tussen een meer onderwijzende, opvoedende houding aan de ene kant en een meer open, bemiddelende aanpak aan de andere kant, zien we voor wat de visie betreft over het algemeen een verschuiving naar de meer bemiddelende kant. Deze verschuiving is zeker niet altijd even uitgesproken en uit vele visies spreekt dan ook een mix van uitgangspunten en doelstellingen.

De meeste organisaties kunnen zich vinden in de omschrijving van bemiddeling als “de bemiddeling die zich meer in het midden gaat opstellen, als een echte bemiddelaar tussen de cultuuruiting en het publiek, tussen de kunstwereld en de politiek/maatschappij. De bemiddeling is rekening gaan houden met de mogelijkheden en beperkingen van beide, maar vooral met de eigenheid en autonomie van de twee partners die de bemiddelaar nauwer bij elkaar wil brengen” (tekst Saey / Van Eeckhaut p.13). Toch bevindt de bemiddeling zich niet altijd ‘in het midden’: het is een moeilijke oefening om het evenwicht te vinden tussen beide partners in de relatie tussen toeschouwer en kunstwerk. Het overhellen van de balans naar de kunstwerkkant respectievelijk naar de toeschouwerkant (steeds in de visie) blijkt min of meer gerelateerd aan het type organisatie. Naargelang hun missie schenken organisaties meer of minder aandacht aan ‘het midden’. Zo focussen werkplaatsen en onderzoeksgerichte organisaties zich vaak eerder op de kunstwerkkant, terwijl er binnen musea

eerder wordt gezocht naar een evenwicht tussen toeschouwer en kunstwerk. Bij cultuurcentra weegt de toeschouwerkant het sterkst door, gezien hun meer uitgesproken educatieve en sociaal-culturele taak.

De terminologie die wordt gebruikt, loopt sterk uiteen: educatie/kunsteducatie, bemiddeling, publiekswerking, communicatie en publiek enzovoort. De keuze voor een bepaalde term is zelden een weloverwogen beslissing, maar gebeurt eerder toevallig, onder meer op basis van bestaande tradities, van terminologie in beleidsdocumenten of van voorbeelden in het Frans (éducation) of Engels (mediation). De naam voor de eigen werking komt dus niet noodzakelijk overeen met de visie erop.

De term 'educatie' duikt bijvoorbeeld zeer regelmatig op. 'Educatie' is een eerder verouderde term met een sterk accent op het bijleren, het opvoedend aspect, wat niet overeenkomt met de hoger beschreven verschuiving in de visie. Binnen het theoretisch discours rond bemiddeling wordt deze term nu gezien als te eng en bovendien te misleidend. In de bevroegde organisaties wordt de term 'educatie' of 'educatieve dienst' meestal gebruikt voor het luik van de bemiddeling bedoeld voor het onderwijs. Hier bestaat inderdaad een inhoudelijke link, maar de term 'educatie' is niet exclusief op scholen gericht. Hierdoor ontstaat mogelijk begripsverwarring.

In verband met de positionering binnen het veld van bemiddeling in de actuele kunst worden weinig structurele contacten of te volgen voorbeelden genoemd. De eigen bemiddeling stoelt dikwijls op persoonlijke ervaringen en overtuigingen, aangevuld met maatschappelijke overwegingen, en wordt zelden geïnformeerd door grotere bemiddelingstendensen of regionale noden.

Conclusie en aanbevelingen:

- De visies verschillen in de mate waarin ze zijn uitgewerkt, het belang en de positie van bemiddeling in de organisatie en de inhoudelijke invulling.
- Een bemiddelende aanpak geniet vandaag de voorkeur, maar 'het midden' tussen toeschouwer en kunstwerk wordt niet altijd nagestreefd.
- Er is nog veel begripsverwarring. De gebruikte termen vertalen niet altijd de visie van de organisatie. Een meer eenvormig gebruik van terminologie in alle organisaties zou meer duidelijkheid kunnen creëren voor het publiek.
- De visie op bemiddeling wordt over het algemeen gevormd los van een bredere bemiddelingscontext.

VISIE OP DE TOESCHOUWER

Besproken topics:

- wordt er onderscheid gemaakt in verschillende publieksgroepen?
- worden bepaalde groepen specifiek 'gevisieerd' of 'genegeerd'?
- wordt de toeschouwer als passief of actief gepercipieerd?
- is er sprake van actieve participatie van het publiek in de organisatie?
- zicht op / kennis van publiek?
- welke (specifieke) publieksgroepen komen?
- huidig scenario / gewenst scenario?
- effectieve publiek / potentiële publiek?

GETRAPT SCENARIO

Actuele beeldende kunst spreekt een bepaald publiek aan. Een deel van dat publiek bezoekt effectief tentoonstellingen (het effectieve publiek, dat uiteenvalt in een kernpubliek en een perifeer publiek), een ander deel is er wel in geïnteresseerd, maar heeft de drempel nog niet overgestoken (het potentiële publiek). Daarbuiten is er nog een deel van de bevolking dat geen interesse heeft voor actuele beeldende kunst, en dus niet of minder vanzelfsprekend een publiek vormt (tekst Saey / Van Eeckhaut p.5).

Binnen het publiek voor actuele beeldende kunst bereikt elke organisatie een eigen, deels met elkaar overlappend, kernpubliek van min of meer regelmatig bezoekers. Hoe dat kernpubliek is samengesteld, heeft te maken met een aantal factoren eigen aan de organisatie zoals ligging, grootte en missie. Er is vanzelfsprekend een groot verschil tussen bijvoorbeeld cultuurcentra met kleine, gratis toegankelijke tentoonstellingen waar veel passanten binnenlopen, grote musea in grote steden met een ruim tentoonstellingsaanbod, of kleine werkplaatsen met beperkte openingsuren op een perifere locatie.

Veel organisaties vinden realiteitszin belangrijk bij de benadering van het publiek. Dat doet hen opteren voor een getrappt scenario. Daarin wordt in de eerste plaats gefocust op het kernpubliek en het verder op punt stellen van de bemiddeling voor dat kernpubliek. In tweede instantie wordt getracht om het kernpubliek uit te breiden: dat deel van het effectieve publiek dat onregelmatig langskomt aan zich binden en het potentiële publiek (of 'net-nieters' zoals het zo mooi werd geformuleerd door een respondent) aanspreken. Hoe dat perifere en potentiële publiek is samengesteld, is eveneens ten dele afhankelijk van de

context van de specifieke organisatie.

Er wordt aangegeven dat het belangrijk is om eerst een kwalitatief bemiddelingsaanbod te realiseren voor het kernpubliek. Eens dat goed zit, is het mogelijk om uit te breiden. Het is inderdaad weinig zinvol om 'iedereen' te willen binnenhalen, indien er vervolgens onvoldoende gepaste bemiddelingsinstrumenten kunnen worden aangeboden. Optimaal wordt bemiddeling zo gelaagd en universeel ontwikkeld dat verschillende toeschouwers er desgewenst iets naar hun gading kunnen vinden. Momenteel wordt bemiddeling echter in de meeste gevallen gemaakt met het oog op een bepaald publiek, en daarbij wordt het meest 'eigen' publiek het eerst bediend, om vervolgens in de mate van de mogelijkheden en in zoverre het binnen de visie past de 'minder evidente' groepen aan te pakken.

MEERSPORENBELEID

'Het publiek', zelfs als het een kernpubliek is, blijft een lastig gegeven. De meeste organisaties gaan hier genuanceerd mee om en nemen de differentiatie van het publiek als uitgangspunt. De tentoonstellingsplek wordt gezien als een ontmoetingsplaats waarin men vertrekt vanuit de verschillende verwachtingen van het publiek. Die verwachtingen kunnen erg verschillen, zelfs bij een en dezelfde bezoeker. Er is bijvoorbeeld een heel ander verwachtingspatroon bij iemand die vanuit professionele bezigheden het museum bezoekt, of diezelfde persoon die in zijn vrije tijd het museum bezoekt, alleen of in gezelschap, met zijn of haar gezin enzovoort. Het is aan het publiek om uit het bemiddelingsaanbod te selecteren wat hij ervan wil of verwacht.

Opvallend is het twee- of meersporenbeleid dat heel wat organisaties met betrekking tot hun toeschouwers voeren. Er wordt dikwijls met een uitgesproken onderscheid in bemiddeling voor twee verschillende groepen toeschouwers gewerkt: de geïnformeerde, zelfs gespecialiseerde toeschouwer aan de ene kant en het 'brede publiek', desgevallend nog verder opgedeeld in bijzondere groepen, aan de andere kant. De ene lijn uit zich in activiteiten en instrumenten zoals lezingen, debatten en publicaties met meer academische inslag, bedoeld als discoursvorming rond actuele kunst en situering in het (internationale) intellectuele artistieke netwerk. De andere lijn is gericht op een ruimer publiek, met meer verklarende of ervaringsgerichte activiteiten en instrumenten zoals folders en workshops, bedoeld om de ontmoeting met het kunstwerk te verdiepen en de betrokkenheid te vergroten.

Deze twee publiekslijnen zijn zowat overal terug te vinden, alleen zijn ze niet overal even duidelijk uitgewerkt, of wordt een van beide sterk benadrukt. Niet alle organisaties hebben hetzelfde publiek voor ogen en er worden naargelang de missie andere accenten gelegd met betrekking tot het aan te spreken publiek; dit staat overigens in nauw verband met de keuze voor de kunstwerk- of de toeschouwerkant in bemiddeling.

EEN ACTIEF PUBLIEK

De meeste organisaties vertrekken van een actieve visie op de toeschouwer. De toeschouwer wordt niet langer gepercipieerd als een 'leeg vat' waar kennis en informatie moet worden ingegoten, maar eerder als een gesprekspartner. Deze visie vertaalt zich echter niet noodzakelijk in een evenwichtige positie tussen kunstwerk en toeschouwer, of een bemiddeling waarin echt de bagage van de toeschouwer wordt geactiveerd. Opvallend is wel dat het gesprek, zeker in het kader van projecten, vaker wordt aangegaan. Er is dus een zekere openheid op het vlak van actieve participatie van *het publiek*, maar van een echte evolutie naar een algemene activering van *de toeschouwer* bij het interpreteren van kunst is er minder sprake.

Die rol van het publiek als gesprekspartner dient te worden genuanceerd. In beleidsteksten wordt vaak gesproken over de 'actieve participatie van de toeschouwer in de organisatie', al dan niet in combinatie met het aanspreken van nieuwe doelgroepen. Deze aandacht wordt bij veel organisaties vooral gestuurd door de vraag vanuit de overheid. Die participatie vertaalt zich dan bijvoorbeeld enkel in de mogelijkheid om commentaren achter te laten op blogs en dergelijke. Slechts in een beperkt aantal organisaties is het een bewuste en gedragen keuze van de organisatie zelf. Op dat vlak bestaat er dikwijls een kloof tussen wat in beleidsteksten wordt geschreven en de realiteit.

Toch bloeien op dit vlak mooie initiatieven. In kleinere organisaties blijken vaker een actieve inbreng van het publiek en een echte wisselwerking te ontstaan. Voorbeelden zijn gesprekken met kunstenaars waarbij toeschouwers en kunstenaar letterlijk samen rond de tafel zitten, of projecten met kleine groepen waarbij de groep een bijzonder grote inbreng heeft op gelijkwaardige basis. Deze groepen kunnen zowel bestaan uit leden van het kernpubliek en dus verdiepend werken, als uit nieuwe toeschouwers en dus meer gericht zijn op (culturele) diversiteit. In verschillende organisaties zijn er ook bepaalde 'segmenten' van het publiek waarmee men een meer actief contact heeft, zoals leerkrachten en vriendenorganisaties. Actieve participatie op een grotere en meer structurele schaal wordt zelden opgezet, maar Wiels bewijst dat het wel degelijk mogelijk is.

Voorbeeldpraktijk participatie:

In Wiels werd gekozen om op een doorgedreven en systematische manier met de buurt te werken. Dit is mede ingegeven door de excentrische ligging van Wiels in een minder voor de hand liggende buurt in Brussel. Wiels kiest er heel bewust voor om geen vesting te zijn die enkel bestemd is voor intellectuelen, maar eerder een plaats voor leven en ontdekking die open staat voor iedereen. Om de buurtbewoners te bereiken, werkt men met plaatselijke organisaties en met sociaal-culturele projecten. Het gaat hier niet om eenmalige acties, maar om structurele actieve participatie die integraal deel uitmaakt van de werking. Suppoosten, baliepersoneel en cateringpersoneel bestaan bijvoorbeeld grotendeels uit buurtbewoners. Ook voor de bemiddeling wordt heel nauw samengewerkt met verenigingen uit de buurt. Wiels geeft zelf wel aan dat er aan deze keuzes ook risico's verbonden zijn, met name het 'verwaarlozen' van het 'gewone' publiek, van de individuele bezoeker. Om ook deze groep goed te kunnen bedienen, ontbreken soms de middelen en de tijd.

KENNIS VAN HET PUBLIEK

Een laatste opvallende vaststelling is dat de meeste organisaties een erg beperkte kennis hebben over hun publiek. Het bevragen van het publiek, en dan bedoelen we op een diepgaander niveau dan gegevens als postcodes en leeftijd, gebeurt bijna nergens op een uitgebreide, laat staan systematische manier.

De meeste organisaties hebben wel een globaal zicht op de samenstelling van hun publiek, maar dit wordt zelden of nooit ondersteund door onderzoek op dit terrein en specifieke informatie ontbreekt.

Conclusie en aanbevelingen:

- De meeste instellingen richten zich in de eerste plaats op hun kernpubliek, het perifere en potentiële publiek volgen op de tweede plaats, in een getrappt scenario. Het aantrekken van nieuwe toeschouwers is inderdaad enkel zinvol als de bemiddeling kwalitatief kan gebeuren.
- De tweedeling tussen een programma voor de ‘incrowd’ en een bemiddeling voor het ‘bredere publiek’ is opvallend.
- De actieve toeschouwer ziet zich momenteel meestal beperkt tot een gesprekspartner voor bepaalde projecten en gelegenheden.
- De meeste organisaties hebben een erg beperkte kennis van hun publiek. Een meer systematische en diepgravende bevraging van het publiek is wenselijk voor een betere bemiddeling.

ORGANISATIE

Besproken topics:

- hoeveel mensen (communicatie / bemiddeling)? statuut ev. freelancers?
- wie is verantwoordelijk voor wat? wie bepaalt (mee) de keuzes (binnen de organisatie maar bvb. ook betrokken kunstenaars, ...)?
- plaats binnen organogram organisatie (cultuurkant / publiekskant)?
- hoe verloopt onderlinge communicatie?
- verhouding directieniveau / medewerkers publieksdienst?
- integratie van bemiddeling in totale werking: waar in de productieketen heeft bemiddeling haar plaats?
- timing?
- samenwerking met derden? (kunsteducatieve organisaties, productie van titelbordjes, ...)
- welke vooropleiding hebben de bemiddelaars (gidsen, zaalpersoneel, ...)?
- welke begeleiding krijgen de bemiddelaars (gidsen, zaalpersoneel, ...): inhoudelijke input, bemiddelingstechnieken en methodieken, begeleiden van leerprocessen, begeleiden van groepsprocessen enz.? intern / extern aangeboden?
- opsplitsing budget: toewijzen van budget aan verschillende activiteiten

POSITIE VAN BEMIDDELING IN DE ORGANISATIE

“Idealiter is de bemiddeling tussen publiek en cultuuruiting een bekommernis en verantwoordelijkheid van het hele huis: een houding die de hele werking mee bepaalt en een bezorgdheid van iedereen die er werkt” (tekst Saey / Van Eeckhaut pp.7-8). Dit ideaal wordt algemeen onderschreven. Tegelijkertijd blijkt dit aspect ook het moeilijkst realiseerbaar omdat het de hele structuur en werking van de organisatie betreft en niet enkel het functioneren van één departement of één personeelslid. In de praktijk wordt vaak de verantwoordelijkheid bij een bepaalde medewerker of bij een afdeling gelegd en wordt bekeken hoe en wanneer deze bij de artistieke projecten wordt betrokken. Inhoudelijk overleg tussen de artistieke staf, de kunstenaar en bemiddeling van bij het begin van een tentoonstellingstraject is cruciaal voor het uitbouwen van een geslaagde bemiddeling, maar dit is zeker niet vanzelfsprekend.

Deze problematiek weerspiegelt zich onder andere in de zoektocht – vooral in de grotere organisaties – naar een goed functionerend organogram zodat bemiddeling meer verweven is met de hele organisatie. Een opvallende parallel in de recente aanpassingen aan de organogrammen van een aantal grote huizen is de verschuiving van bemiddeling in de richting van het hart van de organisatie, zodat een grotere betrokkenheid van bij het begin van het tentoonstellingstraject mogelijk wordt. Functioneel en beheersbaar overleg met de andere departementen (artistieke cel, productie, ...) blijft evenwel een moeilijk punt binnen grotere organisaties. Ongeacht de positie binnen het organogram blijft de pikorde (met de artistieke werking hoger gesitueerd dan de bemiddeling) bijvoorbeeld nog een lastige horde om te nemen, maar binnen systematisch doorgevoerd overleg ontstaat er ruimte voor dialoog. In andere organisaties staat bemiddeling minder centraal en komt zij pas aan het einde van de productieketen aan bod.

In kleinschaliger organisaties kan de bemiddeling beter doorstromen in alle geledingen omdat de communicatie en samenwerking er veel directer en soepeler kan verlopen en omdat er dikwijls ook verschillende taken worden gecombineerd. Personeelsleden worden makkelijker betrokken vanaf de start van het tentoonstellingstraject. Dit veronderstelt wel dat de directie zich expliciet achter het belang van bemiddeling schaaft. In deze kleinere organisaties kunnen zich dan weer andere problemen stellen zoals te grote taakbelasting van het personeel en gebrek aan financiële middelen. Een minimale vereiste is één medewerker die voldoende jobtijd krijgt voor de uitbouw van bemiddeling.

VERHOUDING BEMIDDELING / COMMUNICATIE

De verhouding tussen bemiddeling (eerder intern en begeleidend) en communicatie (eerder extern en wervend) is bijzonder omdat zij zich beide uitgesproken met het publiek bezighouden en dus voor verschillende aspecten nauw moeten samenwerken. Er kunnen zich problemen stellen als ze niet goed op elkaar zijn afgestemd, maar bijvoorbeeld ook als de aandacht overwegend naar een van beide gaat, terwijl de andere onvoldoende wordt ontwikkeld. De verhouding tussen beide verschilt van organisatie tot organisatie.

In kleine organisaties gebeurt de verbinding en samenwerking tussen bemiddeling en communicatie op een eerder organische manier. Vaak gaat het om een beperkt aantal medewerkers en is er automatisch veel overleg. Wanneer beide taakgebieden door dezelfde medewerker worden uitgevoerd, wordt het evenwicht snel bedreigd door tijdsgebrek.

Binnen grotere organisaties wordt gezocht naar de beste manier om het overleg tussen communicatie en bemiddeling te structureren. Opvallend is dat er in organogrammen met dit aspect veel wordt geschoven: vaak is er een soort ‘knipperlichtrelatie’ tussen communicatie en bemiddeling, de ene keer samen in één afdeling, de andere keer weer apart.

Slechts een van de bevraagde organisaties kiest voor een structurele samenwerking met een extern communicatiebureau. Dit bureau dient zich vooral toe te leggen op de communicatie naar het brede publiek in overleg met de staf, de curator en de tentoonstellingsarchitect.

Het is belangrijk, zoals reeds eerder aangegeven, dat nieuwe toeschouwers pas worden aangetrokken wanneer gepaste bemiddeling kan worden voorzien. Overleg tussen communicatie en bemiddeling is daartoe noodzakelijk. In de praktijk wordt echter vaak op basis van het thema van een tentoonstelling of binnen een bepaald project een nieuwe, min of meer afgeijnde publieksgroep aangesproken door de communicatie. Marketing en publiekscijfers zijn hierin vaak de bepalende factoren. Slechts zelden wordt ook de bemiddeling aangepast aan deze nieuwe instroom.

GIDSEN

Het grootste onderscheid tussen de verschillende gidsenteams is hun statuut: op vrijwillige of betaalde basis. Het voordeel van een team vrijwillige gidsen is hun groot engagement en enthousiasme. Het voordeel van een team betaalde gidsen is het feit dat er grotere eisen kunnen worden gesteld rond professionaliteit. De betaalde gidsen werken als zelfstandige of via een interimstelsel.

De vooropleiding van betaalde gidsen is voor de overgrote meerderheid een kunst- of een kunstwetenschappelijke opleiding. In de meeste organisaties ligt de verhouding tussen deze twee groepen ongeveer fiftyfifty. Bij de vrijwilligers zien we een meer uiteenlopende beroepsachtergrond, zij werken vanuit hun passie voor actuele kunst als vrijwilliger.

De vorming en omkadering van de gidsenteams binnen de organisaties blijft vaak beperkt. In quasi alle organisaties wordt er inhoudelijke omkadering geboden in de vorm van een rondleiding door de kunstenaar en/of curator bij de start van de tentoonstelling en tekstmateriaal dat ter beschikking wordt gesteld. De omkadering rond methodiek is op de meeste plekken haast onbestaande, enkel zaken als een bezoek aan een andere organisatie voor actuele kunst verbreden de horizon een beetje. Slechts in uitzonderlijke gevallen wordt er vorming georganiseerd rond aspecten als groepsdynamica of gesprekstechnieken. Ook het systematisch opvolgen van het gidswerk zelf blijft op de meeste plaatsen achterwege (vooral omwille van tijdsgebrek). Meestal worden de gidsen occasioneel gevolgd, maar een systematische opvolging met feedback, zoals die in het M HKA werd uitgewerkt, is zeldzaam.

Voorbeeldpraktijk gidsenbegeleiding:

In het M HKA wordt vanaf het begin veel aandacht aan het gidsen besteed. Dit kende een hoogtepunt met de ontwikkeling van de interactieve rondleiding voor volwassenen, geïnspireerd op hun bestaande rondleidingen voor kinderen en jongeren. Dit type rondleidingen vraagt heel veel van een gids: niet enkel een sterke inhoudelijke basis, maar ook een stevige methodiek. Dit laatste vereist een doorgedreven ondersteuning. Om te beginnen wordt gestreefd naar een grotere diversiteit binnen het gidsenteam op het vlak van vooropleidingen, zoals sociaal-cultureel werk of pedagogie, zodat men van elkaar kan leren. Nieuwe gidsen worden begeleid door een meter of peter en er werd een observatiesysteem ontwikkeld om de opvolging en feedback te verbeteren. Daarnaast wordt vorming ter zake georganiseerd, zowel intern als extern. Eveneens belangrijk is de inbedding van het gidsenteam in de or-

ganisatie: de gidsen worden sterk betrokken bij het algemene bemiddelingswerk en hebben een duidelijke plaats in het museum.

SUPPOOSTEN & ONTHAAL

In een aantal organisaties worden geen suppoosten voorzien (omwille van een gebrek aan financiële middelen of te uitgebreide openingsuren bijvoorbeeld). Waar er wel suppoosten zijn, verschuift het accent meestal van de traditionele bewakingsfunctie naar een meer onthalende functie. Op veel plekken krijgen suppoosten bijvoorbeeld niet langer enkel een technische rondleiding in de nieuwe tentoonstelling, maar volgen zij met de gidsen ook de inhoudelijke rondleiding door de kunstenaar en/of curator. Soms wordt ook een bezoek aan andere organisaties voorzien, of vorming met betrekking tot klantvriendelijkheid bijvoorbeeld. Het is daarbij niet de bedoeling dat de suppoosten de toeschouwers echt inhoudelijk verder helpen, maar wel dat zij voldoende geïnformeerd zijn om een aantal basiszaken te verhelderen en om efficiënt te verwijzen naar aanwezige bemiddeling.

In de meeste organisaties is het niet mogelijk om de suppoosten een grotere rol binnen bemiddeling te geven dan die van gastheer. Dit heeft onder meer te maken met het profiel van de suppoosten (opleiding) en hun statuut binnen de organisatie. In bepaalde gevallen worden suppoosten echter wel echte bemiddelaars, zoals in het STUK.

Voorbeeldpraktijk suppoosten-bemiddelaars:

In het STUK zijn de suppoosten vrijwilligers, veelal studenten kunstwetenschappen. Zij fungeren echt als bemiddelaars: wanneer individuele bezoekers aangeven dat ze vragen hebben, worden ze discreet benaderd en worden vragen beantwoord. Deze 'actieve suppoosten' krijgen ook een inhoudelijke rondleiding aan het begin van de tentoonstelling. Dit systeem functioneert ook in onder andere Le Palais de Tokyo en Le Musée de l'Art Moderne (Parijs), waar de actieve toezichters te herkennen zijn aan een speciale badge die ze dragen. Het voordeel van deze manier van werken is dat een directe communicatie met de toeschouwer mogelijk is.

Ook aan de onthaalmedewerkers wordt tegenwoordig meer aandacht besteed. Vooral op het vlak van betrokkenheid bij de organisatie en doorstroming van informatie worden inspanningen geleverd. Occasioneel wordt ook in passende vorming met betrekking tot hun functie als gastheer voorzien.

Onthaalmedewerkers en suppoosten zijn dikwijls de enige medewerkers van een organisatie die zichtbaar zijn voor het publiek: ze vormen het gezicht van de organisatie. Als aanspreekpunt voor het publiek hebben ze een bijzondere functie binnen het geheel van bemiddeling. Daarnaast spelen ze vaak een belangrijke rol als informatiebron voor de organisatie over het publiek en hun reacties op het aanbod (zowel artistiek als op het vlak van bemiddeling).

'OUTSOURCING'

Het is niet ongewoon om bepaalde aspecten van bemiddeling uit te geven. Het belangrijkste punt daarbij is een vlotte communicatie tussen intern en extern, waarbij het de verantwoordelijkheid is van de bemiddeling om een goede afstemming van de kunstwerk- en toeschouwerkant te bereiken. Het inschakelen van externe partners houdt immers het risico in dat de kloof met de kunstwerk-kant te groot wordt, zoals workshops die vooral gericht zijn op het experimenteren met technieken of het ontwikkelen van creativiteit an sich, waarbij de band met de getoonde werken zeer beperkt blijft.

Over het algemeen wordt gewerkt met mensen (bijvoorbeeld gidsen) of organisaties die een band hebben met het huis in kwestie, zodat de samenwerking organisch verloopt. Daarnaast worden meestal voor specifieke projecten of deeltrajecten externe partners zoals kunsteducatieve organisaties ingezet. In cultuurcentra wordt, vanuit hun specifieke context, vaak op een meer systematische manier samengewerkt met externe partners.

Ook op praktisch vlak wordt gezocht naar ondersteuning: een voorbeeld hiervan is de samenwerking met een extern bureau voor boekingen van rondleidingen. Belangrijk aandachtspunt hierbij is het overleg tussen de verantwoordelijke voor de boekingen en de verantwoordelijke voor de bemiddeling in de organisatie, over welke gidsen meer of minder geschikt zijn voor specifieke groepen bijvoorbeeld. Aan het uitbesteden van dit erg tijdrovend luik hangt vanzelfsprekend een prijskaartje, maar het maakt ruimte vrij voor andere aspecten van de bemiddeling.

BUDGET

Er is geen eenvormigheid in de verhouding van het budget voor bemiddeling ten opzichte van het budget van de organisatie. Soms is er een apart budget voorzien, maar op evenveel plaatsen maakt het budget voor bemiddeling deel uit van het tentoonstellingsbudget.

In deze laatste situatie blijft het risico reëel dat de bemiddeling haar plaats slechts krijgt 'aan het einde van de voedselketen', waardoor er vaak wordt beknibbeld op dit budget. De meeste respondenten geven aan dat het 'gezonder' is wanneer er een apart, specifiek budget voor bemiddeling wordt voorzien.

Het gebrek aan eenvormigheid en transparantie in de budgettering voor bemiddeling maakt het erg moeilijk om conclusies te trekken over het reële gewicht van bemiddeling binnen een organisatie.

Conclusie en aanbevelingen:

- Betrokkenheid van het hele huis op bemiddeling is de ideale situatie, maar niet evident in de praktijk.
- Inhoudelijk overleg tussen de artistieke staf, de kunstenaar en bemiddeling van bij het begin van een tentoonstellingstraject is cruciaal voor het uitbouwen van een geslaagde bemiddeling.
- Er dient, in verhouding tot de omvang van de organisatie, voldoende jobtijd voor bemiddeling te worden vrijgemaakt.
- Nauw overleg tussen communicatie en bemiddeling is erg belangrijk.
- De vorming van gidsen op het vlak van methodieken en het systematisch opvolgen van het gidswerk is vaak nog erg beperkt. In veel organisaties ligt hier nog groeipotentieel.
- Bij de suppoosten verschuift het accent in de meeste organisaties van bewaker naar gastheer. Ook naar het onthaal gaat meer aandacht. Hun rol wordt dan ook meer naar waarde geschat.
- Bij de samenwerking met externe partners is het belangrijk dat het evenwicht tussen de kunstwerk- en de toeschouwerkant bewaard blijft.
- Er is geen eenvormigheid in de verhouding van het budget voor bemiddeling ten opzichte van het budget van de organisatie. Een apart, specifiek budget voor bemiddeling is aan te bevelen.

INSTRUMENTEN EN METHODIEK

Besproken topics:

- welke instrumenten & activiteiten: titelbordjes, folders, muurteksten, rondleidingen, lezingen, wandelgesprekken, documentatiehoeken, besprekingen, audiogidsen, ontmoetingen, workshops, hands-on, ...
- welke omkadering: zitgelegenheid, oriëntatie, ...
- wat voor wie? (publieksgroep, leerstijl, cognitief stadium, ...)
- waar ligt focus?
- huidige situatie / toekomstplannen?
- zijn er specifieke, meer overkoepelende, bemiddelingsprojecten?
- onderzoek: voordien, tijdens, nadien
- welke methode wordt gehanteerd?
- is die methode geschikt voor de uitgangspunten en doelstellingen?
- welke organisaties functioneren als 'voorbeeld'?

PRAKTISCHE OMKADERING

De praktische omkadering van een tentoonstelling is in de eerste plaats gericht op het verhogen van het bezoekerscomfort. Toeschouwers moeten zich steeds kunnen oriënteren, gemakkelijk de weg kunnen vinden, indien gewenst kunnen zitten, de beschikking hebben over de nodige voorzieningen zoals toiletten, vlot de nodige informatie kunnen bekomen, zich in een aangename omgeving bevinden zonder storende elementen maar tegelijk met voldoende prikkels, het gevoel hebben dat ze de controle op de situatie behouden enzovoort. Dergelijke basisbehoeften dienen vervuld te zijn vooraleer een toeschouwer zich op kunst kan concentreren. Zit de praktische omkadering niet goed, dan zal de inhoudelijke bemiddeling tussen toeschouwer en kunstwerk nooit ten volle kunnen functioneren.

Een deel van de praktische omkadering is een structurele kwestie die losstaat van de presentaties, een ander deel dient telkens weer bekeken te worden in het kader van nieuwe tentoonstellingen. In dat opzicht speelt een vroege betrokkenheid van bemiddeling bij het tentoonstellingstraject opnieuw een belangrijke rol. Het is bij de voorbereiding dat er gediscussieerd kan worden over het plaatsen van zitmeubilair (vaak nog een heikel punt voor de artistieke staf en de kunstenaar), over het parcours en de bewegwijzering in de tentoonstelling enzovoort.

De aandacht die aan de praktische omkadering wordt besteed, is sterk uiteenlopend. Ook de organisatie ervan varieert, zowel op het vlak van wie er verantwoordelijk voor is als wat betreft het uitgetrokken budget bijvoorbeeld. Contour, dat zich met zijn biënnale verspreid over verschillende locaties voor specifieke uitdagingen in verband met het bezoekerscomfort ziet gesteld, heeft hier in het bijzonder oog voor.

Voorbeeldpraktijk praktische omkadering:

De tentoonstellingen van Contour worden in nauwe samenwerking met een architect uitgewerkt, met veel aandacht voor het comfort van de bezoeker, zoals de aanwezigheid van zitbanken en de toegankelijkheid voor rolstoelen. De keuze voor het zitmeubilair gebeurt in overleg met de kunstenaars. De meeste aandacht gaat naar algemene signalisatie: eenvormigheid van de verschillende locaties, heldere bewegwijzering enzovoort. Hiervoor werkt de architect ook samen met vormgevers. “De basisvoorwaarden voor een geslaagd bezoek nooit uit het oog verliezen: van nette locaties over een puike presentatie, waar alles technisch naar behoren werkt, naar een goede signalisatie zodat de bezoeker makkelijk de weg van de ene naar de andere locatie vindt, tot de mogelijkheid om makkelijk extra informatie in te winnen over een bepaald werk of over de tentoonstelling in het algemeen” (Contour).

INHOUDELIJKE BEMIDDELING

De inhoudelijke bemiddeling richt zich op de feitelijke ontmoeting tussen toeschouwer en kunstwerk met de bedoeling die ontmoeting zo betekenis- en zinvol mogelijk te maken. De meeste organisaties zijn er van overtuigd dat actuele kunst nood heeft aan bemiddeling en voorzien een, dikwijls ruim, basisaanbod voor hun toeschouwers. Het meersporenbeleid toont zich ook in de bemiddelingsinstrumenten: de catalogus, lezingen, debatten, ... zijn eerder bedoeld voor de kenners, de rondleidingen, ateliers, folders, ... voor het bredere publiek. Bemiddeling op maat wordt vaak aangeduid als wenselijk, maar niet haalbaar omwille van te beperkte financiële middelen en te weinig jobtijd.

Bij de meeste organisaties bestaat de gewoonte om een vast gamma van instrumenten aan te bieden. De omvang van het aanbod is doorgaans evenredig aan die van de organisatie. De meest voorkomende instrumenten zijn:

- Titelbordjes
- Folders / bezoekersgidsen (vaak gratis of voor een klein bedrag aangeboden): meestal geschreven voor een volwassen publiek, soms aangevuld met een aanbod voor jongeren, kinderen en/of families
- Muurteksten en/of meeneemteksten: over de tentoonstelling, een segment van de tentoonstelling of een kunstwerk
- Rondleidingen: variërend van didactisch (klassiek) tot constructivistisch (interactief)
- Workshops / ateliers / stages: vooral voor kinderen en jongeren

- Lezingen / debatten / gesprekken: vaak in samenwerking met externe partners
- Documentatiehoeken: leesvoer en/of audiovisueel materiaal

De meeste grotere organisaties hebben ook een specifiek aanbod voor het onderwijs, bestaande uit rondleidingen, ateliers en/of educatieve publicaties (lesmappen, ...).

Er zijn grote verschillen in de verhouding tussen het aanbod voor groepen en dat voor de individuele bezoeker. Bij de meeste organisaties helt de balans over naar bemiddeling voor groepen. Daarbinnen zijn er eveneens grote verschillen in verband met de uitwerking van een aanbod voor groepen in onderwijsverband versus groepen die in een vrijetijdscontext het museum bezoeken.

Wat kinderen en jongeren betreft focussen veel organisaties op de leeftijdsgroep van zes tot twaalf jaar. Jongeren worden als een moeilijker te benaderen groep gepercipieerd, hoewel ook voor hen een aantal interessante initiatieven wordt ontwikkeld. Een voorbeeld hiervan is het werken met een vast team jongeren als ambassadeurs, wat voor henzelf de betrokkenheid vergroot en voor andere jongeren een *peer-effect* kan hebben. Opvallend is de sterk toenemende aandacht voor bezoekers die in familieverband (gezinnen met ouders en/of grootouders) komen.

Een andere trend is het werken met bepaalde groepen gedurende een langere periode, zodat meer continuïteit en een groter effect kan worden bereikt. Voorbeelden hiervan zijn de ambassadeursgroepen of een bepaalde klas waarmee gedurende een jaar wordt samengewerkt.

Een heikel punt in de meeste (grotere) organisaties is de formule van het verjaardagsfeestje voor kinderen. Die is dikwijls erg populair en dus kwantitatief belangrijk (bezoekersaantallen en inkomsten), maar het blijft moeilijk om er een zinvolle invulling aan te geven.

Nog een opvallende trend is de toenemende betrokkenheid van de kunstenaars bij de bemiddeling. Dit wordt op verschillende manieren ingevuld: rondleidingen door kunstenaars, ontmoetingsmomenten met kunstenaars, gesprekken met kunstenaars live of op dvd, toelichting door kunstenaars live of op dvd, samenwerking tussen kunstenaars en het onderwijs. Vooral waar men werkt met kunstenaars in residentie wordt gezocht naar manieren om hen te betrekken bij de bemiddeling, wat niet altijd vanzelfsprekend is. Voorbeelden van samenwerking met kunstenaars in residentie zijn het openstellen van het residentieel atelier voor het publiek, inschakeling in het workshopprogramma van de organisatie en experimenten op het vlak van de buurtwerking.

De meeste instellingen ontwikkelen een vrij uitgebreid aanbod van publieksteksten (muurteksten, folders, ...). Het knelpunt is vaak nog de leesbaarheid, de begrijpelijkheid en het niveau van de teksten: de vormgeving en plaatsing zijn niet altijd geschikt voor lezing in tentoonstellingszalen, het taalgebruik is dikwijls te complex en de inhoud te gespecialiseerd. Er zijn verschillende oorzaken voor dit probleem: de teksten worden vaak geschreven door de artistieke staf die minder voeling heeft met het schrijven voor een breder publiek en er is dikwijls geen systematische redactie in functie van de leesbaarheid en begrijp-

pelijkheid. Om dit op te lossen werkt een van de respondenten samen met een communicatiebureau: het tekstmateriaal wordt aangeleverd door de staf, het communicatiebureau bewerkt de teksten met het oog op laagdrempeligheid (inkorten, aanpassen van het begrippenkader, ...). Een andere oplossing is de verschuiving van de verantwoordelijkheid voor de publieksteksten naar de afdeling bemiddeling, en het vergroten van de interne expertise ter zake.

Sommige organisaties bieden eveneens tekstmateriaal via de website aan, zodat het publiek de informatie ook voor en na het bezoeken van de tentoonstelling kan raadplegen. In bepaalde gevallen wordt het tekstmateriaal quasi volledig naar de website verwezen, in een poging om het ervaren van de kunstwerken in de tentoonstellingsruimte centraal te stellen.

De meningen over het al dan niet maken van catalogi lopen sterk uiteen. Het probleem is vaak de te beperkte distributiemogelijkheden. Toch blijven de meeste organisaties in de mate van het mogelijke in verschillende verschijningsvormen (van uitgebreid boek tot cahier) catalogi publiceren, met als belangrijkste reden het engagement naar de kunstenaar toe. Een van de gehanteerde oplossingen voor het distributieprobleem is samenwerking met andere (internationale) organisaties.

In rondleidingen en workshops voor kinderen en jongeren (zowel binnen een onderwijs- als binnen een vrijetijdscontext) ligt de focus in toenemende mate op de kunstwerken zelf. Het kijken naar kunstwerken, de kennismaking met de taal van de actuele kunst, de verwondering, beleving en interpretatie krijgen meer aandacht. Steeds minder organisaties kiezen er met andere woorden voor om kinderen en jongeren het grootste deel van de tijd in een aparte werkruimte te zetten met het oog op het ontplooiën van de creativiteit op zich, min of meer los van de getoonde kunstwerken. Er wordt wel vaak gekozen voor de combinatie van het bezoek aan de tentoonstelling met een workshop rond bijvoorbeeld de techniek die centraal staat in die tentoonstelling. Het resultaatgericht werken naar een eindproduct toe staat daarbij niet langer centraal, wel het experimenteren, het meer procesgebonden werken met als bedoeling de kunstwerken beter te begrijpen.

In organisaties zoals een cultuurcentrum is er soms nog meer aandacht voor de meer actieve vormen van kunsteducatie. Er wordt binnen deze organisaties, die een veel ruimer aanbod in huis hebben dan enkel de actuele kunst, gezocht naar een evenwicht tussen actieve en reflectieve kunsteducatie. In cultuurcentra wordt vanuit hun bredere missie bijvoorbeeld ook de specifieke tentoonstellingsbemiddeling aangevuld met meer algemene cursussen.

Bemiddeling wordt op de meeste plaatsen in toenemende mate aangeboden als een keuzemenu. De soevereiniteit van de kunstwerken en de wensen en verwachtingen van het publiek worden de vertrekpunten voor de bemiddeling genoemd.

BEVRAGING

In de meeste organisaties wordt een min of meer ruim bemiddelingsaanbod voorzien, met de bedoeling dat de toeschouwer er iets van zijn gading tussen vindt. Toch is er quasi nergens een systematische bevraging van het publiek met betrekking tot hun noden en wensen, of een evaluatie van het bestaande aanbod. Indien het publiek wordt bevraagd, blijft dit doorgaans beperkt tot het verzamelen van interesses, leeftijd, herkomst en algemene indrukken van de bezoekers. Slechts een van de respondenten werkt systematisch met evaluatieformulieren die specifiek peilen naar de verwachtingen omtrent bemiddeling en de commentaren op en effecten van de bemiddelingsinstrumenten die reeds ter beschikking worden gesteld.

Nochtans zijn beide soorten informatie belangrijk voor een efficiënte bemiddeling. Kennis van het publiek is nodig voor de ontwikkeling van een zo passend mogelijke bemiddeling, en evaluatie van het bemiddelingsaanbod geeft de gelegenheid om het lopende aanbod bij te sturen, te leren van wat goed en fout is gegaan en bij een volgende tentoonstelling beter te doen. Over het algemeen wordt echter bij elke tentoonstelling essentieel dezelfde bemiddeling voorzien, zonder dat geweten is of die ook echt werkt. Financiële beperkingen en tijds tekort vormen hier voornamelijk struikelblokken.

Het opvolgen van de bemiddeling tijdens een tentoonstelling kan ook al bruikbare informatie opleveren: bijhouden wat veel wordt meegenomen of gebruikt, observeren van bezoekersgedrag, een informele babbel met enkele bezoekers, analyseren van achtergelaten commentaren enzovoort. Ook met deze opvolging is het echter dikwijls mager gesteld: eens de deadline van de vernissage is gehaald, eist het volgende project alweer de aandacht op, waardoor de bemiddeling in de lopende tentoonstelling dikwijls wat veronachtzaamd durft te worden. Zoals een van de respondenten het formuleerde: "Een tentoonstelling is een werkinstrument en moet van de eerste dag tot de laatste dag gebruikt worden. Dat lijkt men vandaag vaak te vergeten."

METHODIEK

In de meeste organisaties wordt vooral vertrokken van de vaak uitgebreide praktijkervaring die de bemiddelaars en verantwoordelijken in huis hebben. Deze praktijkervaring is vanzelfsprekend onmisbaar. In het kader van de verschuiving van een klassiek didactisch naar een meer bemiddelend uitgangspunt op het niveau van de visie, vormt het tekort aan theoretische onderbouwing echter een belangrijk probleem. Het uitbouwen van een echte bemiddelingspraktijk, waarin kunstwerk en toeschouwer gelijkwaardige partners zijn en de toeschouwer als een actieve speler wordt gehonoreerd, vraagt een veel diepgaandere kennis van diverse toeschouwerprocessen dan bij een klassieke meer didactisch getinte praktijk. Bij de bevraagde organisaties is er over het algemeen weinig kennis van bijvoorbeeld educatietheorieën, leerstijlen, cognitieve ontwikkeling enzovoort. Bijna alle betrokkenen zijn kunstwetenschappers, hier en daar is er een witte raaf met pedagogische bagage, of die een opleiding museologie met veel aandacht voor bemiddeling heeft gevolgd.

Er is ook een opvallend verschil in de houding tegenover een theoretische onderbouwing, gaande van totale desinteresse tot een grote interesse maar gebrek aan tijd om zich er in te verdiepen. De meeste respondenten geven ook aan dat het moeilijk is om bijscholing op het vlak van methodieken te vinden.

Gevraagd naar organisaties die als voorbeeld functioneren, worden onder meer Tate Modern, V&A en Royal Academy in Londen, Musée Guimet in Parijs en Insel-Hombroich in Neuss genoemd. De keuze is uiteraard sterk afhankelijk van de aard en missie van de organisatie.

Conclusie en aanbevelingen:

- De aandacht voor en organisatie van de praktische omkadering loopt sterk uiteen. Het comfort van de bezoeker is nochtans cruciaal voor een efficiënte bemiddeling.
- De meeste organisaties bieden een vast gamma van bemiddelingsinstrumenten aan. De omvang van dit pakket is meestal evenredig aan die van de organisatie.
- De bemiddeling is in veel organisaties vooral sterk uitgebouwd voor groepen, in mindere mate voor de individuele bezoeker.
- Er is een toenemende aandacht voor bezoekers in familieverband.
- Er is een toenemende aandacht voor het werken met bepaalde groepen gedurende een langere periode.
- Kunstenaars worden steeds meer betrokken bij bemiddeling.
- Publieksteksten zijn vaak nog te weinig op het publiek afgestemd.
- Voor kinderen en jongeren komt de focus meer en meer op het kijken naar kunst te liggen, minder op het werken in een apart atelier.
- De bevraging van het publiek omtrent bemiddeling is nauwelijks uitgewerkt. Zowel op het vlak van noden, als wat betreft feedback wordt belangrijke informatie niet aangeboord.
- De theoretische onderbouwing is in de meeste organisaties beperkt, waardoor kansen blijven liggen voor een efficiëntere bemiddeling. Bijscholing op dit vlak is moeilijk te vinden (en tijd ook).

VERVOLG VAN HET TRAJECT

In de conclusies en aanbevelingen in de vorige hoofdstukken werden al verschillende verzuchtingen op het vlak van bemiddeling samengebracht. Hier wordt nog een aantal concrete suggesties van de respondenten voor het vervolg van het bemiddelingstraject van BAM verzameld.

- Opzetten van een online databank rond bemiddeling.
- Organiseren van workshops en/of een trefdag met toelichting van buitenlandse cases, uitwisseling van informatie verzameld op buitenlandse congressen rond bemiddeling en uitwisseling van eigen best cases (in een soort ‘10-minuten-ideeënmarkt’).
- Er is nood aan een platform voor kennisuitwisseling op het vlak van bemiddeling. Heel cruciaal is dat deze kennis vooral sterk op de praktijk gericht moet zijn. Tegelijk is het belangrijk om voldoende ruimte te laten voor differentiatie binnen het veld.
- Ijveren voor meer aandacht voor bemiddeling binnen het kunstendecreet, onder meer door een bepaald percentage van de werkingsmiddelen toe te wijzen aan bemiddeling.
- Ijveren voor meer aandacht voor de specifieke context van het tentoonstellingsbezoek als totaalbeleving. De specifieke context van bemiddeling binnen de diverse organisaties voor actuele beeldende kunst onder de aandacht brengen zowel naar de overheid toe als op het vlak van het stimuleren van academisch onderzoek ter zake.
- Ondersteuning bij het genereren van aandacht voor kleinere, meer excentrisch gelegen organisaties.
- Ondersteuning bij netwerking in het buitenland.

LIJST VAN BEVRAAGDE ORGANISATIES

STUK Kunstencentrum, Leuven

Eva Wittockx (programmatrice beeldende kunst en performance)

Contour, biënnale voor videokunst, Mechelen

Steven Op de Beeck (directeur)

Beaufort. Triënnale voor hedendaagse kunst aan zee

Colette Castermans (hoofd communicatie, pers en publiekswerking)

Mu.ZEE. Kunstmuseum aan zee, Oostende

Inne Gheeraert (educatief medewerker)

M HKA. Museum van hedendaagse kunst, Antwerpen

Peggy Saey (afdelingshoofd publiekswerking)

Wiels, Brussel

Frédérique Versaen (verantwoordelijke publiek en bemiddeling) en Dirk Snauwaert (directeur)

BE-PART, Platform voor actuele kunst, Waregem

Dieter De Bruyne (BE-PART Atelier) en Patrick Ronse (artistiek directeur)

Museum Dhondt-Dhaenens, Deurle

Joost Declercq (directeur) en Beatrice Pecceu (stafmedewerkster PR/communicatie)

Bozar, Brussel

Tine Van Goethem (hoofd Bozar Studios)

CC Hasselt

Francisca Vandekerckhove (stafmedewerkster kunsteducatie, educatieve werking en tentoonstellingen onderwijs)

Z33, Centrum voor actuele kunst en vormgeving, Hasselt

Tim Toubac (verantwoordelijke communicatie en publiekswerking) en Kaat Van Looken (coördinator educatie)

Verbeke Foundation, Kemzeke

Simon Delobel (stafmedewerker)

S.M.A.K., Stedelijk Museum voor Actuele kunst, Gent

Filip Van de Velde (verantwoordelijke publiekswerking) en Bea Verougstraete (verantwoordelijke onthaal & bookshop)

CC Strombeek

Luk Lambrecht (programmator beeldende kunst & dans) en Gerda De Buck (ateliers)

Lokaal 01, onderzoeks- en presentatieruimte voor beeldende kunst en geluid, Antwerpen

Frederik Vergaert (coördinator)

LIJST VAN BESPROKEN TOPICS

VISIE

- **visie op bemiddeling**
 - omschrijving van de eigen uitgangspunten en doelstellingen m.b.t. bemiddeling
 - situering van bemiddeling in de algemene visie en missie van de organisatie
 - welke terminologie (publiekswerking, educatie, bemiddeling, ...) en eventuele definitie wordt gebruikt binnen de organisatie?
 - verhouding t.o.v. oriënterende tekst Saey / Van Eeckhaut (cf. introductiemail)
- **visie op de toeschouwer**
 - wordt er onderscheid gemaakt in verschillende publieksgroepen?
 - worden bepaalde groepen specifiek 'geviseerd' of 'genegeerd'?
 - wordt de toeschouwer als passief of actief gepercipieerd?
 - is er sprake van actieve participatie van het publiek in de organisatie?
- **visie op de artistieke werking in dit verband**
 - plaats van de toeschouwer: is de artistieke werking gericht op de ontmoeting met de toeschouwer of ligt het zwaartepunt elders?
- **omschrijving eigen positie binnen veld van bemiddeling in actuele kunst**
 - met welke organisaties te vergelijken?
 - welke organisaties functioneren als 'voorbeeld'?
 - positie in aanbod ten opzichte van organisaties in dezelfde regio?

METHODE

- welke methode wordt gehanteerd?
- is die methode geschikt voor de uitgangspunten en doelstellingen?
- welke organisaties functioneren als 'voorbeeld'?

(heeft men kennis van educatietheorieën en aansluitende onderwijstheorieën?)

(heeft men kennis van leerstijlen, meervoudige intelligentie, cognitieve ontwikkeling, persoonlijkheidsindicatoren, flow, receptietheorie, ...?)

CONCRETE INVULLING

- overloop het traject van een tentoonstelling (concept tot sluiting)
- welke acties onderneem je voor welke toeschouwer?
- in welke mate werd met de toeschouwer rekening gehouden bij het artistieke traject zelf + hoe zichtbaar in de presentatie?
- wat valt hiervan onder 'afdeling bemiddeling' en wat wordt elders gerealiseerd?

- **organisatorisch vlak**
 - hoeveel mensen (communicatie / bemiddeling)? statuut ev. freelancers?
 - wie is verantwoordelijk voor wat? wie bepaalt (mee) de keuzes (binnen de organisatie maar bvb. ook betrokken kunstenaars, ...)?
 - plaats binnen organogram organisatie (cultuurkant / publiekskant)?
 - hoe verloopt onderlinge communicatie?
 - verhouding directieniveau / medewerkers publieksdienst?
 - samenwerking met derden? (kunsteducatieve organisaties, productie van titelbordjes, ...)
 - opsplitsing budget: toewijzen van budget aan verschillende activiteiten?
 - timing?

- **publiek**
 - zicht op / kennis van publiek?
 - welke (specifieke) publieksgroepen komen?
 - huidig scenario / gewenst scenario?
 - effectieve publiek / potentiële publiek?

- **concrete invulling van het programma**
 - welke instrumenten & activiteiten: titelbordjes, folders, muurteksten, rondleidingen, lezingen, wandelgesprekken, documentatiehoeken, besprekingen, audiogidsen, ontmoetingen, workshops, hands-on, ...
 - welke omkadering: zitgelegenheid, oriëntatie, ...
 - wat voor wie? (publieksgroep, leerstijl, cognitief stadium, ...)
 - waar ligt focus?
 - huidige situatie / toekomstplannen?
 - zijn er specifieke, meer overkoepelende, bemiddelingsprojecten?

- **integratie van bemiddeling in totale werking: waar in de productieketen heeft bemiddeling haar plaats?**

- **goed functionerende elementen van bemiddeling / knelpunten van bemiddeling binnen eigen organisatie?**

- **vooropleiding & begeleiding van bemiddelaars (gidsen, zaalpersoneel, ...)**
 - welke vooropleiding hebben de bemiddelaars?
 - welke begeleiding: inhoudelijke input, bemiddelingstechnieken en methodieken, begeleiden van leerprocessen, begeleiden van groepsprocessen enz.? intern / extern aangeboden?

- **onderzoek: voordien, tijdens, nadien**

NODEN/TOEKOMST

- **zijn er contacten met andere organisaties over bemiddeling (bestaande of op het verlanglijstje)?**
- **verwachtingen t.a.v. BAM:**
 - vorm: collegagroep / expertenmeeting? maandelijkse bijeenkomst? werkbezoeken? ...
 - inhoud: info over best practices buitenland? methodieken? ...

COLOFON

Dit rapport is het resultaat van een studie over de huidige stand van bemiddeling tussen kunst en publiek in Vlaamse organisaties waar actuele beeldende kunst wordt getoond.

In opdracht van: BAM, Vlaams steunpunt voor beeldende, audiovisuele en mediakunst

Onderzoekster: Inge Van Reeth

Inhoudelijke begeleiding en eindredactie: Marijke Van Eeckhaut (UGent)

Vormgeving: Gunther Fobe

Inge Van Reeth studeerde geschiedenis, culturele studies en kunstwetenschappen aan de KU Leuven en was betrokken bij de ontwikkeling van bemiddelingspakketten en installaties voor de ontsluiting van permanente collecties en tijdelijke tentoonstellingsprojecten in o.a. het MuHKA, het KMSKA, het Rubenshuis, het Hessenhuis, de Stedelijke Musea in Brugge en Museum Jan Cunen (Oss, Nederland). Ze is sinds 2006 docente actuele kunst in Sint Lucas Antwerpen (Karel De Grote-Hogeschool) en ze bereidt een doctoraat voor aan de KU Leuven over het gebruik van literaire referenties in de actuele kunst.

Met dank aan alle organisaties en personen die hun medewerking hebben verleend aan dit onderzoek.

