

WG Cultuurcommunicatie

Sessie rond content information: gevoeligheden van het publiek

Organisatie : RAB/BKO

Moderatie : Brigitte Neervoort

Verslag : Keisha Strano en Meike de Roest

Om de toegankelijkheid te bevorderen proberen culturele organisaties hun publiek duidelijker te informeren. Meer dan ooit willen bezoekers en toeschouwers meer weten over wat ze gaan zien zonder de artistieke verrassing te verliezen. Het is dus een kwestie van informatie geven over gevoelige aspecten zonder alle details te onthullen, waarbij een delicaat evenwicht moet worden gevonden tussen transparantie en artistieke ervaring.

In de loop van de ochtend kwamen communicatiemedewerkers, publieksbegeleiders en andere professionals die zich met dit thema bezighouden bijeen in het CC Brueghel om goede werkwijzen uit te wisselen en gemeenschappelijke guidelines op te stellen.

Doelen van de activiteit

- Ervaringen over het onderwerp uitwisselen.
- Bestaande goede praktijken in culturele communicatie/bemiddeling in kaart brengen.
- De verwachtingen van bezoekers met betrekking tot informatie over gevoelige inhoud aftasten.
- De uitwisseling van ervaringen tussen professionals aanmoedigen.
- Het begin van een gemeenschappelijke strategie voor culturele toegankelijkheid formuleren.

Deelnemers

- **Martin Smets & Zoé Lacroix** - CC Bruegel
- **Gauthier Rey** - Centre Culturel d'Uccle
- **Marcelline Chauveau** - Culture & Démocratie
- **Hans Ruebens** - Hiatus
- **Dagmar Teurelincx** - Hiros
- **Antoine Debeauvais & Géraldine Marchal** - ISELP
- **Fatima-Zohra Ait el Maati, Barbara Van Lindt & Maria Dogahe** - Kaaitheater
- **Emilie Kabongo** - Kunstenfestivaldesarts
- **Louana Engels** - Le 140
- **Louise Jonard** - Le P'ti Ciné
- **Laura Ollivier** - Le Rideau
- **Marie-Charlotte Caux** - Théâtre Marni
- **Jérôme Ramacker** - Indépendant
- **Maja Gmur** - Passa Porta
- **Arnaud de Schaetzen, Brigitte Neervoort, Keisha Strano & Meike de Roest** - RAB/BKO
- **Edward McMillan** - The Bridge Theatre

- **David-Alexandre Parquier** - Théâtre de Poche
- **Stéphanie Gillard** - Théâtre des Riches Claires
- **Christine Paquet & Muriel Devémy** - Théâtre Varia
- **Marie-Gaëlle Van Snick & Berenice Goffinet** - Théâtre Wolubilis
- **Romane Carmon** - Thor
- **Violette Damanet** - ULB
- **Guy de Bellefroid** - Visit brussels
- **Stefaan Willems & Valérie Wolters** - Zinnema
- **Gilles Monsel** - Zinneke

I - Intro + analyse van Kaaitheater

Maria legt uit welk beleid rond toegankelijkheid Kaaitheater momenteel ontwikkelt :

- Belang van woordkeuze : Kaaitheater opteert voor “visitors notes”
- Inhoud/bezoekersnota's geven informatie over de vorm EN inhoud van voorstellingen
 - Laat je inspireren door wat elders wordt gedaan aan toegankelijkheid: [Theaterformen](#) : festival in Duitsland dat de mogelijkheid biedt zeer duidelijke informatie te krijgen, achter een doorklikknop (optioneel dus) - dit initiatief laat zijn toegankelijkheidsbeleid mee evolueren met de tijd
- Andere goede voorbeelden : [Sophiensaele](#) ; [Tate Museum](#)
- Belang van duidelijkheid in communicatiebeleid.
- Uitwisselingen met publiek/kunstenaars voeden praktijk en manier van werken
 - Sommige artiesten begrijpen de kwesties beter nadat ze ze met de publieksmedewerker hebben overlegd + het publiek is een uitstekende boodschapper van zijn eigen behoeften.
 - Maria haalt een discussie aan over naaktheid met een actrice - de actrice zag er het nut niet van in om te waarschuwen omdat haar naakte lichaam voor haar niet iets was om je op voor te bereiden.
- Voorbeelden van creaties die gevoelige onderwerpen aansnijden met transparante communicatie op de website van Theaterformen : *Aphasia*, *The Power (of) the Fragile* ou encore *The Cadela Força Trilogy*. Ze bewijzen dat het mogelijk is om correct over de inhoud te informeren.
- Het is belangrijk om het publiek aan te moedigen om contact op te nemen met publieksmedewerkers in de structuren die deze werken programmeren, om er zeker van te zijn dat ze op het juiste spoor zitten (en dat iedereen zich goed kan voelen).
- We hebben het over communicatie met het publiek, maar er rijst ook een andere vraag: wat doen we als een huis zijn publiek wil informeren, maar de kunstenaar het niet eens is met de voorgestelde warnings? > d.i. een open vraag maar dialoog is de eerste stap

II - Discussie

Indrukken en opmerkingen van de deelnemers

- Een uitgesproken wens van de teams om dit communicatie/bemiddelingswerk uit te voeren
- Positieve gevoelens over het belang van deze praktijken
- Moeilijkheid om te weten waar te beginnen/voel van onrechtmatigheid bij bepaalde onderwerpen
- Tot op heden bestaat er geen gestandaardiseerde checklist

- Er zijn al enkele voorbeelden van een checklist die de artiesten invullen, zoals bij De Singel (Hiatus kan ons deze bezorgen)
- Weerstand van artiesten tegen het delen van zoveel informatie, vooral bij nieuwe creaties (de inhoud kan nog vlak voor de première veranderen) > gevoelige publieken later in een reeks uitnodigen
- Verlangen van de sector om onverwachte momenten te behouden
- Van deze momenten geen harde confrontaties maken is een lastige taak
- Gaan we geen deel van het publiek verliezen als we zo veel info geven ?
 - Bij Wolubilis stellen ze vast dat het iets oudere publiek zelden geshockeerd is.

Ideeën die getest of al bevestigd werden

- Een beroep doen op specialisten die je kunnen helpen met je werk (vb vormingen)
- Gebruik van pictogrammen zoals in bepaalde sectoren ([cinema](#), [televisie](#), [videospelletjes](#))
- Specifieke taal, codes of toolsontwikkelen voor wie ze nodig heeft
 - ex: de plugin [fearless](#) voor netflix, platform [trigger warnings](#) in literatuur
- Het publiek / de vragende doelgroep erbij betrekken
- Le 140 gebruikt de SPOT-handleiding (vereenvoudigde taal) voor de seizoensbrochure. Het was een echte samenwerking maar niet specifiek rond content warnings > een eerste aanzet
- De kwestie in teamverband bestuderen (niet alleen com en/of bemiddeling)
- Vergeet niet om zowel vorm als inhoud in je communicatie op te nemen, ook al is het soms moeilijk om de juiste balans te vinden.
- Maak deze informatie beschikbaar zonder ze al te expliciet of storend te maken voor mensen die liever artistiek verrast worden (bijv. [Artsadmin](#))
- Plaats jezelf in de schoenen van de meest gediscrimineerde persoon wanneer je communiceert. Denk daarbij aan mensen met een beperkte mobiliteit, met een neurologisch verschil, met een fysieke, visuele of auditieve handicap, die tot een ethnische minderheid behoren of LGBTIQA+... Vertrek niet van jezelf.
- Op de juiste manier communiceren is een uitdaging als het team niet betrokken/getraind is om dit werk te doen, vandaar het belang van vorming en het consulteren van experts. .
- Een ander goed voorbeeld: [l'école expérimentale de l'atelier 210](#) - Camille Louis & Léa Drouet
- Training en bewustmaking voor onthaalpersoneel want zij hebben het meeste contact met het publiek
- Communiceer de namen en telefoonnummers van de medewerkers publiekswerking mee, om een rechtstreekse dialoog mogelijk te maken
- Definieer de behoeften in een vroeg stadium om het publiek te beschermen
- Denk aan "zorg" op 3 momenten: tijdens de promotie (voordat mensen boeken), voordat ze de zaal betreden en na de voorstelling. Deze nazorg = essentieel onderdeel van deze praktijk Vb Décoratelier
- Inhoudelijke info moet op een vereenvoudigde en zeer duidelijke manier worden geschreven

Wat kunnen we samen doen ? Wat kan RAB/BKO doen ?

- Organisaties die expert zijn identificeren en betrekken voor vormingen en ander advies (vb Crippling the space voor mensen met een beperking).

- Bestaande informatie in België en het buitenland verzamelen en verspreiden (er bestaat veel, maar zoals altijd zeer versnipperd)
- Een gedeelde drive creëren waar mensen hun ideeën kunnen delen
- Kleinere werkgroepen organiseren om zeer praktische aspecten te bekijken (gemeenschappelijk vocabularium, symbolen, gestandaardiseerde vragenlijst voor kunstenaars, enz), om daarna aan de hele groep voor te leggen.
- Samenwerken om een enquête te lanceren : vragen stellen aan het publiek en de personen in kwestie zelf erbij betrekken

De bijeenkomst bood de gelegenheid voor een diepgaande verkenning van culturele communicatie, rekening houdend met de gevoeligheden van het publiek. Uit de discussies bleek hoe belangrijk het is om een delicaat evenwicht te vinden tussen het verstrekken van accurate informatie en het behouden van het verrassingseffect van de artistieke ervaring. Deelnemers deelden innovatieve ideeën, inspirerende voorbeelden en uitdagingen om cultuur toegankelijker te maken met respect voor de verscheidenheid van het publiek. Training, open communicatie en het betrekken van de personen in kwestie werden benadrukt als sleutelementen om deze ontwikkeling te stimuleren.