

# BIJSLUITER BIJ EEN UITLOPER

*Once upon a Castle in het Kasteel van Gaasbeek*



---

## COLOFON

**AUTEUR(S)** Marc Jacobs, Joanna Marschner, Jacqueline van Leeuwen & Alexander Vander Stichele

**TEKSTREDACTIE** Birgit Geudens & Annemie Vanthienen

**VERTALING** Birgit Geudens

**VORMGEVING** Silke Theuwissen

### **MET DANK AAN**

Luc Vanackere & Marieke Debeuckelaere (Kasteel van Gaasbeek).

Deze publicatie werd mede mogelijk gemaakt door onderzoeksproject ADSI347, Wetenschappelijk Steunfonds, Vrije Universiteit Brussel in het kader van de UNESCO-leerstoel voor kritische erfgoedstudies en het borgen van immaterieel cultureel erfgoed.

**COVERBEELDEN** Steve Tanner, WildWorks

### **DRUK**

Digitale Drukkerij van de Vlaamse Overheid.  
Gedrukt op 500 exemplaren.

### **EEN UITGAVE VAN**

FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw en de UNESCO-leerstoel voor kritische erfgoedstudies en het borgen van immaterieel cultureel erfgoed (Vrije Universiteit Brussel)

### **VERANTWOORDELIJKE UITGEVER**

Marc Jacobs. FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw, Priemstraat 51, 1000 Brussel - [www.faronet.be](http://www.faronet.be)

### **WETTELIJK DEPOT**

D/2014/11.524/14

© 2014 FARO

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden vermenigvuldigd of openbaar gemaakt, op welke wijze ook, zonder de uitdrukkelijke voorafgaande en schriftelijke toestemming van de auteurs.

---



©Steve Tanner, WildWorks

## INHOUDSTAFEL

- 2 *Een bijsluiter bij een uitloper. Van verbouwingen en performance in een paleis tot een experiment in Gaasbeek (2014)*

MARC JACOBS

---

- 13 *Theatrale trips in de Historic Royal Palaces*

JOANNA MARSCHNER

---

- 39 *Wat als de muren konden spreken? Een pleidooi voor verbeelding.*

JACQUELINE VAN LEEUWEN

---

- 50 *Once upon a Castle. Wat de bezoeker verwacht en wat de bezoeker krijgt.*

ALEXANDER VANDER STICHELE

---

# EEN BIJSLUITER BIJ EEN UITLOPER

## *Van verbouwingen en performance in een paleis tot een experiment in Gaasbeek (2014)*

MARC JACOBS

**O**p 9 januari 2014 kreeg ik een prikkelende e-mail van Luc Vanackere, de directeur van het Kasteel van Gaasbeek. Hij beschreef, maanden voor de opening van *Once upon a Castle*, waar zijn ploeg en een Brits gezelschap mee bezig waren. Ik stuurde prompt een enthousiaste mail terug, met de bevestiging dat we interesse hadden om dit te volgen en mee te helpen om de ervaringen te delen met de erfgoedsector. Ik voegde eraan toe dat het me spontaan deed denken aan de samenwerking tussen Michael Shanks en Mike Pearson en hun publicatie *Theatre/Archaeology*.<sup>1</sup> Het bleek een ander circuit te zijn. In de elektronische conversatie werden de contouren stilaan duidelijk. Vanackere legde de link met een colloquium van DEMHIST waarvoor hij me drie jaar eerder als spreker had uitgenodigd: *'Catching the Spirit. Theatrical Assets of Historic Houses and their Approaches in Reinventing the Past'*. DEMHIST is een werkgroep van ICOM (de internationale koepel van musea) die zich richt op het beheer en de ontsluiting van historische kastelen en huizen (*demeures historiques/historic house museums*). Het colloquium bleef niet beperkt tot reflecties over *re-enactment* of verkleedpartijen in musea of tot theater als metafoor. Via de *keynote speaker* Peter Greenaway kwamen bijvoorbeeld ook de multimedia-experimenten van die regisseur aan



bod. Hij schakelde film en virtuele realiteit in om erfgoedsites, maar ook beelden zoals *De Nachtwacht* van Rembrandt of *Het Laatste Avondmaal* van Leonardo Da Vinci, te ontsluiten.

Tijdens het colloquium in 2011 was er ook een bijdrage van John Barnes (Conservation and Learning Director van *Historic Royal Palaces* in het Verenigd Koninkrijk) en Joanna Marschner (Senior Curator in dezelfde koepelorganisatie). Zij presenteerden het project *'Enchanted Palace'*, dat toen liep in Kensington Palace. Dat paleis in Londen is vandaag bij het grote publiek vooral bekend als de plek waar wijlen prinses Diana (1961-1997) woonde, maar het was daarvoor al bijna drie eeuwen een residentie voor leden van de koninklijke familie, inclusief koningin Victoria (1819-1901) in haar prinsessenjaren.<sup>2</sup> Vijf jaar geleden was beslist om grote verbouwingen in het museum uit te voeren, maar tegelijkertijd ook bezoekers te blijven ontvangen in een ingebeelde en verbeelde wereld (*imagined world*). Ze hadden het toen niet eenvoudig om voor het Belgische en internationale publiek te omschrijven wat het was: *"It's not an exhibition, or a display or a performance. It is a multilayered collection of inspiration using many different media and it engages visitors*

*on a quest which draws them through this very complicated site making discoveries”.*<sup>3</sup>

Op deze interventie en wat daar sindsdien in Kensington Palace op volgde, wordt verder in deze bundel door Joanna Marschner ingegaan. In Antwerpen lieten ze in 2011 niet na te onderstrepen dat een segment van hun vaste bezoekerspubliek helemaal niet bleek te houden van het project. Zouden die trouwe bezoekers wel nog terugkomen na afloop van het project en van de verbouwingen? Was er een onherroepelijke imagoschade toegebracht, zoals enkele bezoekers beweerden? Of woog dit niet op tegen de voordelen van experimenteren, het binnenhalen van een nieuw publiek en het intensief betrekken van het hele team van Kensington Palace? Het was vol risico: “*A project like this one, requires a leap of faith.*”<sup>4</sup>

Luc Vanackere had in december 2010 de betoverende werf van Kensington Palace bezocht en hij was er getroffen door het werk van diverse actoren daar, zoals het theatercollectief WildWorks. Hij nam zich voor een dergelijke kruisbestuiving tussen Kunsten en Erfgoed(zorg) ook in Vlaanderen uit te proberen. In zijn mail van januari 2014 omschreef Vanackere het als volgt: “De methodiek van de WildWorkers combineert archiefonderzoek (in ons geval naar de voormalige bewoners van het kasteel) met een sterk doorgedreven empathisch ‘opsnuiven’ van de *genius loci*. Daaruit ontstaan verhaallijnen waarin historisch materiaal dramaturgisch verwerkt wordt. De gebruikte technieken lijken sterk op die van het theater, meer nog op die van opera, omdat er sprake is van simultaneïteit en verdichting. Voor Gaasbeek zal het resultaat een ‘ontregelend’ traject doorheen het kasteel zijn, waarin het gebouw zelf de protagonist is en zijn herinneringen als het ware loslaat op de bezoeker (...). De WildWorkers zijn hiermee aan de slag gegaan, en hebben intussen een pool van 25 vrijwilligers geselecteerd die op verschillende manieren in het traject zullen geïntegreerd worden (naast onze eigen personeelsleden). Momenteel werken zij de scenografie af.” Verder wist hij me te melden dat Jeroen D’Hoe een passende *soundscape* en Tim Van Steenberghe aangepaste kledij aan het maken was.<sup>5</sup> Vanackere onthulde dat er veel discussie was geweest over een passende titel voor dit experiment: “Tijd is trouwens een cruciaal gegeven in heel deze oefening. Namelijk het anders beleven ervan, het mogelijk vertragen, terugdraaien, manipuleren kortom. Vandaar dat we even dachten aan een titel als *‘It’s about Time, stupid!’*, maar dat klonk uiteindelijk te dubbelzinnig, vooral voor native speakers, en ook te ironisch. Uiteindelijk werd het *‘Once upon a Castle’* omdat het geheel ook de duistere aantrekkingskracht heeft van een sprookje à la Grimm (of Tim Burton). In Londen waren de commentaren en de feedback van bezoekers overwegend, maar zeker niet alleen, positief en jubelend: “We weten dat de bezoekers van Kensington Palace niet onverdeeld gelukkig waren met de

ingrepen van WildWorks, omdat die hen stoorden in hun verwachtingspatroon en hen uit hun comfortzone haalden. Wij moeten daarop anticiperen.”

## COMMENTAREN BIJ EEN BETOVERENDE ZOMER IN 2014

Terwijl elders in België en met name in de Westhoek de honderdjarige herdenking van een collectieve ervaring van mega-ontregeling uitbarstte en een bijkomende stroom van genealogisch, slagvelden- en ander toerisme op gang kwam, speelde zich in Gaasbeek *Once upon a Castle* af, van 20 april tot 9 november 2014. Er werd een fraaie catalogus gemaakt in het Engels en het Nederlands: de nu voorliggende publicatie is daar een uitloper van. Dit is ook een bijsluiter, niet bij en voor medicatie, maar voor mediatie (bemiddeling) en voor uitlopers. Denk daarbij zelfs aan de biologie waar uitloper verwijst naar een boven- of ondergronds kruipende stengel, die op de knopen wortelt en daar nieuwe planten vormt. Een aanverwant begrip is de ondergrondse wortelstok of rizoöm (*rhi-zoma*).

In de inleidende bijdrage van Luc Vanackere met de titel *Toeval bestaat niet* leest men hoe *Once upon a Castle* deels een uit de hand gelopen uitloper is van zijn bezoek aan *The Enchanted Palace* op 8 december 2010. Al op 25 augustus 2011 brachten Bill Mitchell en Sue Hill van WildWorks een bezoek aan Gaasbeek en vanaf dan ging de zaak aan het rollen.<sup>6</sup> In een essay met de titel *Wat als stenen konden spreken?* werd de voortgang van het project door Mercedes Kemp beschreven vanuit het perspectief van WildWorks. Het leest als het relaas van een *midwife*, een vroedvrouw, die het potentieel in de archieven, objecten en ruimtes, in bezoekersgidsen, en bovenal in de collectieve kennis van de personeelsploeg zag, combineerde en doelgericht het levenslicht liet zien.<sup>7</sup>

In de publicatie die u nu in handen hebt, komt nog een ander perspectief aan bod, namelijk vanuit Kensington Palace. Als we binnen de uitloper-metafoor blijven, zou men kunnen zeggen dat we in de catalogus van *Once upon a Castle* zicht krijgen op de kleurrijke plant die in Gaasbeek in 2014 is opengebloeid en hoe die daar langzamerhand geworteld was sinds 2011. In de bijdrage van Joanna Marschner volgen we de stengel terug in de tijd, onder de Noordzee, naar het ‘*Enchanted Palace*’ op de bouwwerf van Kensington Palace in Londen tussen 2010 en 2012, toen WildWorks daar zijn ding deed. Het is beslist interessant om te lezen wat er daar gebeurde en hoe de reacties van het publiek waren.<sup>8</sup> Erg belangrijk is het ook

te leren wat er nadien gebeurde in dat paleis. Welke uitlopers kunnen sindsdien opgemerkt worden in de werking van Kensington Palace? Welke meer duurzame effecten zijn er daar? Welke nieuwe 'planten' zijn er daar ontstaan? De ploeg in Kensington Palace evalueerde kritisch, koos niet voor *copy-paste* of voor een Kampioentraject van herhalingen, maar engageerde ook andere gezelschappen, curators en adviseurs. Joanna Marschner bespreekt die ervaringen kritisch maar maakt inderdaad duidelijk dat enkele stengels uit dat vruchtbare experiment wel degelijk blijven doorlopen. Ik heb zelf het geluk gehad in de zomer van 2014 Kensington Palace te bezoeken en kan getuigen dat je als bezoeker toch wel geslaagde creatieve ingrepen kan ervaren. Mij persoonlijk viel vooral een herkenbare erfenis op, namelijk het creatieve gebruik van teksten en commentaren die niet alleen maar als gebruikelijk onderschrift of tekstbordje bij schilderijen of objecten aanwezig waren, maar via *beamers* overal in de ruimte kunnen opduiken, rondwentelen of voorbijtrekken. Ook de zacht gedoseerde interventies door acteurs en andere medewerkers van het kasteel lieten mij de indruk na dat de WildWorks-ervaring goed verteerd en gesublimeerd was in diverse onderdelen van het paleis.

In de catalogus van *Once upon a Castle* kwamen gasten al in extremis aan bod in de vorm van positieve citaten uit het gastenboek in de eerste maand na de opening.<sup>9</sup> Gelet op de herhaalde waarschuwingen van de ploeg van Kensington Palace dat dergelijke intensieve experimenten veel positieve, maar ook af en toe zeer negatieve reacties uitlokken, werd in functie van deze bijsluiter expliciet gepeild naar reacties van bezoekers. Alexander Vander Stichele onderzocht de gastenboeken die in Gaasbeek in de eerste vijf maanden van het project werden ingevuld en rapporteert daarover in een bijdrage. Hij voerde, met medewerking van twee jobstudentes (Sofie Baveghems en Trui Luyckx), ook een steekproef uit bij de Nederlandstalige bezoekers over hun verwachtingen en ervaringen met *Once upon a Castle*. Omarmen de gasten in Gaasbeek dit? Of slingeren ze ook met verwijten over *Disneyfication* of verraad aan het 'échte historische verhaal'?

Op diverse manieren wordt nagedacht of en hoe een uitloper van een Brits erfgoed- en kunstexperiment in Groot-Brittannië ook in het Vlaanderen van de halve leeuwenkop en de slogan "verbeelding werkt" wortel zou kunnen schieten of zich verder zou kunnen verstrengelen of vertakken. In haar bijdrage over verbeelding wijst Jacqueline van Leeuwen op het mooie kijkboek voor jongeren van haar naamgenote Joke: *Een halve hond heel denken*. Ze bracht dit ook in verband met een pas verschenen boek van Michael Shanks over de archeologische verbeelding. Maar wat is dan de andere helft van het verhaal? Dat is in dit geval opvoe-



ring of performance, en de bijbehorende studies, waar we zo dadelijk op ingaan. In de bijdrage van Jacqueline wordt het onderscheid gemaakt met Disney door te focussen op de ruimte die al dan niet wordt gelaten voor eigen interpretaties en sturing van de deelnemers. Maar er is een alternatieve term en benadering van wat Disneywereld doet : ‘*imagineering*’. Dat is een samentrekking van ‘*imagination*’ (verbeelding) en ‘*engineering*’ (techniek). Het is belevingscommunicatie waarbij de *imagineer* de boodschap niet alleen via tekst op een rationele manier overdraagt, maar ook via andere zintuigen. Het proces is eerst de verbeelding op hol te laten slaan en vervolgens te temmen er een bruikbare vorm aan te geven. De verwijzing naar Disney is complexer dan men in een eerste verwijt zou denken. Door een vergelijking te maken met een bekende film, niet van Greenaway, noch van Disney maar van de controversiële regisseur Lars Von Trier, weet Jacqueline van Leeuwen verschillende eyeopeners te presenteren.

*Once upon a Castle* past in een heel repertoire van experimenten, ervaringen en opvoeringen die de voorbije jaren in beeld kwamen. Denken we bijvoorbeeld aan de nieuwe niche van het mediatoerisme en de zoektocht naar de locaties waar bepaalde series of films werden opgenomen of die in romans beschreven worden (zoals *Inspector Morse* in Oxford of *Wallander* in het Zweedse Ystad, de graaf Dracula-reizen in Transsylvanië of de James Bond-hotspots). Stijn Reijnders lanceerde daarvoor zelfs een nieuw begrip: *lieux d’imagination* of plaatsen van verbeelding. Dit zijn fysieke locaties die als een symbolisch ankerpunt dienen voor de collectieve verbeelding van een samenleving. Er zijn gelijkenissen met het Kasteel van Gaasbeek, maar daar wordt met historische verhalen gewerkt waarover authentieke archiefstukken en andere bronnen bestaan, en waar naast immateriële ook onroerende en roerende aanknopingspunten aanwezig zijn.

## VAN PERFORMANCE TOT KRITISCHE ERFGOEDSTUDIES

Zelf heb ik het kasteel van Gaasbeek ‘*more than once*’ bezocht in de zomer van 2014 en vastgesteld dat ik telkens opnieuw geraakt werd door andere dingen. Naast de prachtige ervaring in ‘de toren van mijn verlangen’-ruimte, op een brits in de torenzaal met het indrukwekkende en knap belichte dakgebinte, vond ik de recepten- en remedieskamer geslaagd als experiment, mede door het lezen van de soms originele insteken en suggesties van de andere gasten en door het feit dat men zacht werd uitgedaagd om te participeren en te interageren. Het leek wel een feest van bijsluiters. Dat er ruimte was voor interpretatie, verbeelding en eigen invulling

ervoer ik zelf bij een bezoek aan de kamers gewijd aan de onthoofde Egmond en het herlezen van de transcripties van de brieven in de kamer van ‘Loze spijtbetuingen’. Op de dag dat ik er was waren uitdagende onthoofdingen in de ‘Islamitische Staat’ en de videoboodschappen daarrond net uitgebreid in de media geweest. Dan de confrontatie beleven met een gebeurtenis uit de 16e eeuw, kamers met symbolen, verwijzingen en teksten over onthoofdingen: dat is een moment waarbij ik zowel emotioneel als intellectueel getroffen werd en toch ook wel nadacht over heden, verleden en toekomst, over hoe macht en communicatie werkt .... Het feit dat het precies op die plek gebeurde en de indruk of de ervaring zo krachtig was (ook al was ze wellicht door de makers nooit zo bedoeld en stond de installatie er lang voor de IS-campagne de wereldpers beroerde), maakte me duidelijk wat de kracht van verbeelding én performance was. Het komt dicht bij wat Johan Huizinga omschreef als een historische sensatie, maar het was door de verbinding van heden, verleden en toekomst meer dan dat. Het was een erfgoedensatie.

Hoe kan men daar als erfgoedwerker en/of als wetenschappelijk onderzoeker mee omgaan? Hoe kan men openstaan voor en andere mensen toegang bieden tot dergelijke ervaringen, in het toegankelijker maken van gebouwen, in de omgang met rituelen, gebruiken en verhalen? Een onderzoeker die daar de voorbije jaren zelf sterk mee aan de slag ging, is de Britse classicus en oudheidkundige Michael Shanks. Hij is in de jaren 1980 en 1990 wereldberoemd geworden als archeoloog: een wetenschappelijke prestatie die verzilverd werd in een hoogleraarschap in Stanford. Zijn veldwerk gebeurde zowel in Griekenland, Groot-Brittannië als op andere plekken, tot en met in de 21e eeuw ook California en de virtuele wereld *Second Life*. Samen met Christopher Tilley schreef hij een reeks controversiële en invloedrijke boeken over archeologie en/als sociale theorie. Hij was een hoofdrolspeler in wat ‘*post-processualism*’ werd genoemd en wat vervolgens ontwikkeld werd tot ‘*interpretive archaeology*’.<sup>10</sup> Hiermee kwam hij al aardig in de buurt van recente ontwikkelingen in het denken over erfgoed.

In 2001 publiceerde Shanks samen met Mike Pearson, een onderzoeker in de ‘*performance studies*’, een gedurfd boek met de titel *Theatre/Archaeology*. In de periode toen Shanks nog in Wales actief was, werkte hij regelmatig samen met Pearson, die tussen 1981 en 1997 ook artistiek directeur was van het theatergezelschap Brith Gof.<sup>11</sup> De groep rond Pearson experimenteerde vooral met vormen van performance buiten de schouwburgmuren: ‘*site-specific*’.

In zijn oeuvre als archeoloog vond Shanks het gelukkig nodig om ook de debatten in de sociale wetenschappen en de constante stroom van nieuwe goeroes,

buzzwords en vooral achterliggende modellen te verteren, kortom de internationale literatuur breed te volgen. Een van de beoogde effecten was te komen tot ‘*archaeology with an attitude*’. Collega’s en studenten in zijn discipline deden alsof ze niet begrepen dat hij daar tijd of belangstelling voor had en verweten hem dat hij die problemen voortdurend in de comfortzone van het vakgebied hielp binnenbrengen: “*They ask: Why theory, why the polemic, why not just get on with digging up the past? One answer is the need for critical self-consciousness. To be constantly open to alternatives, to hold dear the aim of acting thoughtfully (...) Suspicion of easy answers, of neat schemes for partitioning the world which put things in their place, grand all-encompassing theories which purport to explain everything. A suspicion of comforting familiarity. The attitude is about debunking, retaining a sense of humility, constantly reflecting on what we do as archaeologists.*”<sup>12</sup> Helemaal comfortverstorend was het openzetten van de deuren richting kunsten, meer bepaald dans en experimenteel theater buiten de klassieke schouwburg. En de combinatie van dat alles als een uitdagend programma. Shanks heeft dit de voorbije jaren verder uitgewerkt en in allerlei contexten uitgeteerd. In 2013 verscheen zelfs een retrospectieve bundel over zijn werk samen met Pearson.<sup>13</sup> Zijn oeuvre, deels ontsloten via zijn website in Stanford, biedt een heel repertoire van attenderende concepten, formules en ideeën aan.<sup>14</sup> ‘Wie rondneust in de recente literatuur in diverse disciplines merkt dat ook in de publieksgeschiedenis geflirt wordt met de grenzen en methodes van performance, geheugenexperimenten en beleving.’<sup>15</sup> Relevant is verder het werk van Barbara Kirshenblatt-Gimblett, die de kruisbestuiving tussen etnologie, *performance studies*, erfgoedstudies en toerismestudies verkent.<sup>16</sup>

In een recente bundel werd getracht diverse benaderingen samen te behandelen na het vaststellen dat het gebruik van performance in contexten van de presentatie, ontsluiting en onderzoek van erfgoed zich snel verspreid had en op allerlei plaatsen lijkt op te duiken als planten uit een rizoom. Er was het effect van de praktijken in musea en op erfgoedsites en in de marketing van de erfgoedwereld waarbij de focus niet zozeer op bronnen, objecten of sporen uit het verleden werd gelegd maar op de ervaring: “*an ‘encounter’ with a past that is ‘brought to life’, peppered with ‘events’ and advertised through a list of ‘What’s on.’*” Dit soort van ontwikkelingen wordt soms bekritiseerd als *Disneyfication of edutainment*. Maar in de wetenschappelijke wereld kunnen nieuwe contactzones worden aangeduid waar eveneens kritisch, maar op een andere, meer constructieve wijze wordt omgegaan met die evolutie: “*a recent shift not only toward a more reflective and less defensive practice, but also toward experimentation, playfulness and a willingness to embrace searching and theoretically driven approaches in performance research*”.<sup>17</sup> Dit

wordt vaak ook gekoppeld aan een reflectie over de leercurves en over de impact op langere termijn op bezoekers en gebruikers. Dit kan in de praktijk leiden tot een andere manier van denken over doelgroepen, marketing, waarden en behoeften van bezoekers, het publiek, participanten en mensen die komen om te leren. Zoals Jenny Kid aantoonde in haar onderzoeken in Britse musea liggen hier nog vele kansen voor experimenten en onderzoek. Als, in tegenstelling tot klassiek toneel, het onderscheid tussen opvoeringsruimte (*performance space*) of podium en de ruimte voor het publiek (*audience*) niet langer duidelijk is of net vloeibaar wordt, dan zoeken de deelnemers een gepaste rol of houding. Bezoekers van een erfgoedinstelling gaan uit van een bepaald frame en als daaraan getornd wordt, treedt een complex proces van onderhandeling, afwijzing of medewerking in. In het onderzoek van diverse experimenten op erfgoed sites werd het begrip ‘*unsettlement*’ naar voren geschoven om de ervaring te vatten: “*that of having expectations overturned, assumptions about the subject challenged, of finding that they were personally being confronted with strong emotion or were expected to participate verbally or even physically*”.<sup>18</sup> Dit kan zowel positief ervaren worden (als eyeopener, als verrassing, als sterke leerervaring ...) maar ook negatieve reacties opwekken bij bezoekers die liever niet meedoen of dit onveilig vinden. Het vergt heel bijzondere vaardigheden van de performers, om mensen uit hun lood te slaan maar toch mee te nemen op het vervolgetraject, toe te laten dat ze eigen meningen formuleren en bij te dragen tot de meerlagigheid. Dat veronderstelt ook een andere houding ten opzichte van wat toegelaten, *authorized*, is, als legitiem geacht vertoog of als officiële versie volgens het museum.

Tijdens de hoger vermelde conferentie ‘*Catching the Spirit*’ in 2011 stipte Peter van Mensch in zijn bijdrage ‘*Catching the Space between the Objects*’ enkele interessante perspectieven aan voor historische huizen en andere musea: “*Making historic houses mercurial places of experiment and change, turning interpretation into an act of construction and work in progress, stripping historic houses of their pretension to being-in-itself, and being critical of our own biases (...) Making the invisible visible, liberating the spirit of the place. It is a worthy challenge for every historic house museum*”.<sup>19</sup> Peter van Mensch haalde een intrigerend begrip (dat Michel Foucault op een blauwe maandag gelanceerd had) van stal om hierover door te denken: ‘*heterotopie*’. Dat *Once upon a Castle* verder bouwt op, en een uitloper is van de lijnen die Van Mensch geïdentificeerd had, blijkt voor de aandachtige lezer in de inleiding door Luc Vanackere tot de catalogus, waarbij hij expliciet het woord heterotopie mobiliseert en het Kasteel van Gaasbeek bekijkt als “een tussen- of bemedelingsruimte die ‘anders’ is en waarin de continuïteit van het dagelijkse leven

onderbroken wordt. Een vrijplaats, een *go between* tussen verleden en heden (...) Het bezoek aan een dergelijke plek heeft dan ook iets van een ritueel. Onderdompeling en overgave zijn, samen met de bereidheid om af te stappen van conventionele kijkpatronen, sleutelementen in een traject.<sup>20</sup> Peter van Mensch wees zelf expliciet onder andere op het oeuvre van Michael Shanks en Christopher Tilley die opriepen op een andere manier naar artefacten te kijken en anders aan onderzoek en tentoonstellingen te doen. Van Mensch voegde daaraan toe dat een hedendaagse versie en uitwerking van deze ideeën in de kritische erfgoedstudies zoals Rodney Harrison die propageert, kunnen worden verwacht.<sup>21</sup>

Hierbij komen we terecht in de internationaal lopende discussies en de netwerken die onder meer rond het werk van Laurajane Smith, en de '*Key issues in cultural heritage*'-reeks van Routledge, evolueren. Het ondertussen beroemde onderzoek van Smith rond het *authorized heritage discourse*, zoals dat in kastelen en historische huizen in Groot-Brittannië gecultiveerd wordt roept vele vragen op, ook voor sites als het Kasteel van Gaasbeek. Zij pleitte zelf voor het zoeken naar alternatieve vertogen en praktijken, door ook immateriële aspecten in rekening te brengen, net als de mening van allerlei actoren. Ze wees daarbij niet alleen de weg naar een sterk doorgedreven inter- en transdisciplinaire aanpak maar ook op het belang van publieksonderzoek en de studie van effecten op bezoekers en gebruikers.<sup>22</sup>

Het project in Gaasbeek is anders dan gewoonlijk. Het heeft, net als de locatie, vele beperkingen maar ook kansen. Een interventie als die van WildWorks de voorbije maanden, kan inspiratie bieden, binnen en buiten Gaasbeek, voor nieuwe projecten, met andere partners, doelen, media en intenties. Het is mooi dat een dergelijk experiment ook in Vlaanderen kan plaatsvinden. Het geeft me wat hoop voor de nabije toekomst van de cultureel-erfgoedsector, dat er nog wat risico genomen wordt, dat er met buitenlandse actoren wordt samengewerkt ... Ik zou zeker niet durven spreken van een rizomatische revolutie, maar een moedige interventie als *Once upon a Castle* kan wel een prikkel zijn om de uitlopers te versterken en te laten opbloeien.<sup>23</sup> Het is de combinatie tussen kritische analyse en documentatie van bijzondere praktijken van erfgoedzorg en -ontsluiting en het brede repertoire van erfgoedgerelateerde disciplines die samen komen in het *Critical Heritage Studies Platform*, die ons samen doen vooruitgaan.

---

Prof dr. Marc Jacobs is docent kritische erfgoedstudies aan de Vrije Universiteit Brussel (Vakgroep Kunstwetenschappen en Archeologie) en directeur van FARO.

1. M. PEARSON & M. SHANKS, *Theatre/Archaeology*. London & New York, Routledge, 2001, p. XVII. Het boek is nog steeds in papieren vorm te koop maar wordt ook aangeboden via <http://documents.stanford.edu/MichaelShanks/64>
  2. Zie *Kensington Palace: essential tales*. Surrey, Historic Royal Palaces, 2011 en HISTORIC ROYAL PALACES, *Discover Kensington Palace*. Surrey, Historic Royal Palaces, 2014 en [www.historicpalaces.com](http://www.historicpalaces.com).
  3. J. BARNES & J. MARSCHNER, 'The Enchanted Palace. How Building Work Shook the Stories from the Fabric of Kensington Palace', in: W. VAN HOOF (ED.), *Catching the Spirit. Theatrical Assets of Historic Houses and their Approaches in Reinventing the Past. Proceedings of the ICOM/DEMHIIST international conference, Antwerp, 17-20 October 2011*. Antwerpen, Museum Plantin-Moretus, 2012, pp. 85-87, p. 85.
  4. BARNES & MARSCHNER, *Enchanted*, p. 86. De hele bundel is gratis te downloaden op [www.museumplantinmoretus.be/docs/Stad/Bedrijven/Cultuur\\_sport\\_recreatie/CS\\_Musea/MUSEUM%20PLANTIN-MORETUS/Catching\\_the\\_spirit.pdf](http://www.museumplantinmoretus.be/docs/Stad/Bedrijven/Cultuur_sport_recreatie/CS_Musea/MUSEUM%20PLANTIN-MORETUS/Catching_the_spirit.pdf)
  5. Zie: J. D'HOE, 'Hearing is Understanding', in: *Once upon a Castle. Ontsluier mijn geheimen. Uncover my Secrets*. Oostkamp, Stichting Kunstboek, 2014, pp. 24-25.
  6. L. VANACKERE, 'Toeval bestaat niet', in: *Once*, pp. 6-8.
  7. M. KEMP, 'Wat als stenen konden spreken', in: *Once*, 2-17.
  8. Zie ook het verslagboek over het project in: J. MARSCHNER & S. HILL, *The Enchanted Palace*, Surrey, Historic Royal Palaces, 2011.
  9. 'Uit het gastenboek', in: *Once*, pp. 120-121.
  10. "It designates a set of approaches to the ruined material past which foreground interpretation, the ongoing process of making sense of what never was firm or certain. This archaeology entertains no final and definitive account of the past as it was, but fosters multivocal and multiple accounts: a creative but none the less critical attention and response to the interests, needs and desires of different constituencies (those people, groups or communities who have or express interest in the material past)" M. PEARSON & M. SHANKS, *Theatre*, p. XVII.
  11. Brith Gof in het Welsh betekent ongeveer vage herinneringen of 'faint recollections'.
  12. PEARSON & SHANKS, *Theatre*, p. 8.
  13. M. PEARSON & M. SHANKS, *Pearson/Shanks. 1993-2013*, s.l., 2013, p. 14.
  14. De websites van Shanks zijn goudmijntjes voor wie inspiratie en nieuwe concepten zoekt: <http://metamedia.stanford.edu/~mshanks>
  15. Zie bijvoorbeeld K. TILMANS, F. VAN VREE EN J. WINTER (EDS.), *Performing the Past. Memory, History and Identity in modern Europe*. Amsterdam, Amsterdam University Press, 2010.
  16. Zie, naast B. KIRSCHENBLATT-GIMBLETT, *Destination Culture. Tourism, Museums, and Heritage*, Berkeley, University of California Press, 1998, ook de vele publicaties op de site van B. Kirshenblatt-Gimblett: [www.nyu.edu/classes/bkg/web](http://www.nyu.edu/classes/bkg/web)
  17. A. JACKSON & J. KIDD, 'Introduction', in: A. JACKSON & J. KID, *Performing Heritage. Research, Practice and Innovation in Museum Theatre and Live Interpretation*. Manchester & New York, Manchester University Press, 2011, pp. 1-8, p. 1.
  18. A. JACKSON, 'Engaging the Audience: Negotiating Performance in the Museum', in: A. JACKSON & J. KID, *Performing*, pp. 11-25, p. 18.
  19. P. VAN MENSCH, 'Catching the Space between the Objects', in: W. VAN HOOF (ED.), *Catching*, pp. 13-18, p. 17.
  20. L. VANACKERE, [inleiding], in: *Once*, p. 3. Zie ook M. JACOBS, 'Schoonselhof anders/heterotopia', in: J. ROBERT (ED.), *Schoonselhof nu! Een eigentijdse visie op de Antwerpse necropool*. Antwerpen, Erfgoedcel Antwerpen, 2005, pp. 143-154
  21. R. HARRISON, *Heritage. Critical Approaches*. New York, Routledge, 2012
  22. Zie bijvoorbeeld L. SMITH, *All Heritage is Intangible. Critical Heritage Studies and Museums*, Amsterdam, Reinwardt Academie, 2011.
  23. M. CASTELLS, *Networks of outrage and hope, social movements in the internet age*. Malden, Polity Press, 2012.
-

# THEATRALE TRIPS IN DE HISTORIC ROYAL PALACES

JOANNA MARSCHNER

**“The most beautiful experience we can have is the mysterious. It is the fundamental emotion which stands at the cradle of true art and true science. Whoever does not know it and can no longer wonder, no longer marvel, is as good as dead, and his eyes are dimmed.” (Albert Einstein)<sup>1</sup>**

**H**istoric Royal Palaces is een Royal Charter Body en werd als liefdadigheidsinstelling opgericht in 1998. Ze is verantwoordelijk voor de zorg, preservering en ontsluiting van de Tower of London, Hampton Court Palace, Kew Palace met Queen Charlotte’s cottage, Banqueting House, Whitehall, Hillsborough Castle in Noord-Ierland en Kensington Palace. HRP ontvangt geen overheids- of koninklijke subsidies. Ze heeft voor alle gebouwen die onder haar hoede zijn de ambitie om – een fundamenteel doel en engagement – bezoekers te laten kennismaken met de manier waarop vorsten en mensen de maatschappij vormgaven in enkele van de belangrijkste paleizen die ooit gebouwd werden. In onze werking laten we ons leiden door vier principes. Het eerste is ‘Guardianship’ – we bestaan voor morgen, dus niet alleen voor vandaag, en het is onze taak om de paleizen een toekomst te geven die even waardevol is als hun verleden. We weten hoe waardevol ze zijn, net als hun inhoud, en we hebben als doel om ze te conserveren in de staat waarop ze recht hebben. Ons principe van ‘Discovery’ daagt ons uit om het grotere geheel uit te leggen, zodat mensen nieuwsgierig worden en op ontdekking gaan – op zoek naar verbanden met hun eigen leven



Zicht op Kensington Palace vanaf de Kensington Gardens. © Historic Royal Palaces, Foto: Robin Forster

en de wereld van vandaag. We streven ernaar om ons werk met ‘*Showmanship*’ en panache te doen. Paleizen waren altijd al plaatsen voor spektakel, schoonheid, pracht en praal, en we zijn er trots op dat we deze traditie kunnen voortzetten. Het laatste principe is ‘*Independence*’ – we hebben een unieke taak en een uniek standpunt. We verwelkomen iedereen die onze missie kan onderschrijven.

Historic Royal Palaces had lange tijd een reputatie voor innovatie in interpretatie. Tot grote ontzetting van sommige mensen introduceerden we in 1990 live re-enactment in de ik-persoon, waarbij we ons inspireerden op Amerikaanse voorbeelden. Vandaag wordt live-interpretatie, in authentiek ogende kledij, wanneer het vakkundig gebracht wordt en er vooraf research wordt verricht, beschouwd als een mainstreammanier om mensen ertoe te brengen te leren van historische sites. Sindsdien volgden veel andere initiatieven en experimenten. In 2005 was de in Japan geboren kunstenaar/*spatial designer* Sonoko Obuchi de eerste *artist-in-residence* die prikkelende films maakte over onze plaatsen. Gevestigde waarden, zoals fotograaf Mario Testino, werden uitgenodigd om gastcurator te worden. Studenten van het Royal College of Art, Central St Martin’s College of Art en Wimbledon School of Art werden bij onze projecten betrokken, zodat we jonge designerstemmen in onze debatten hoorden, en werden zelfs aangemoedigd om het curatorteam te vervoegen om onze projecten tot een goed einde te brengen. Onze motivatie om dit te doen is gebaseerd op de voornaamste ambitie die in



onze missie vermeld staat, namelijk ‘IEDEREEN helpen om het verhaal van hoe vorsten en mensen de maatschappij vormgaven’ in onze buitengewone gebouwen te verkennen. Maar, zoals Michael Day, Chief Executive Officer (CEO) van Historic Royal Palaces verklaart: *“There is no doubt that the normal visitor profile for palaces, castles and country houses is rather a narrow one. Orthodox interpretative approaches do not ‘help everyone to explore’, merely some people”*.<sup>1</sup>

In tegenstelling tot de parallelle wereld van musea en kunstgalerijen is de interpretatie van historische sites de laatste drie decennia niet veel veranderd. Er was, gebaseerd op het werk van de National Trust en English Heritage, een vastgelegd repertoire van interpretatieve interventies, dat zelden verder ging dan het opnieuw gemeubileerde historisch verantwoorde kamermodel, bordjes bij de objecten, grafische wandplaten en handleidingen. We waren ons ervan bewust dat de appetijt en verwachtingen van het publiek ver boven de presentatienormen uitstaken. Theater, cinema, themaparken, computergames, *mobile devices* en zelfs musea en galerijen konden zoveel beter aan de huidige verwachtingen voldoen.

Het woord ‘verkennen’, dat we in onze missie gebruiken, impliceert eveneens een proces dat naar een leereffect leidt. De uitdaging die we voor onszelf hadden was mensen op zo’n manier betrekken dat er als resultaat toevallig iets bij hen gebeurt. Eeuwenlang al bezoeken mensen historische sites, gebouwen en collecties. Er lijkt geen einde te komen aan de nieuwsgierigheid en fascinatie, maar wat boeit het publiek momenteel? Is het de structuur, architectuur, decoratie en inhoud van het gebouw – of zijn het zijn herinneringen, verhalen en de banden met de mensen die er ooit leefden?

Binnen de Historic Royal Palaces was de publieksopkomst gezond, maar, meer bepaald in Kensington Palace was de demografische spreiding beperkt. De gemiddelde leeftijd lag hoog, vrouwelijke bezoekers waren duidelijk in de meerderheid, en buitenlandse toeristen waren veel talrijker dan het thuispubliek. Het was onze ambitie om meer plaatselijke bewoners aan te trekken, en vooral meer families, in de hoop dat dit de gemiddelde leeftijd van de bezoekers naar beneden zou halen. We wisten echter dat we onze organisatiecultuur volledig moesten omgooien wilden we deze ambitie waarmaken. In 2010 kregen we de gelegenheid hiervoor op een schoteltje aangeboden.

Kensington Palace, oorspronkelijk een privélandhuis dat gebouwd werd in het begin van de 17e eeuw, werd door William III en Mary II in 1689 aangekocht en

aangepast als koningsresidentie door Sir Christopher Wren en zijn assistent Nicholas Hawksmoor. Na de verwoesting van Whitehall Palace in 1698 deed Kensington dienst als een van de belangrijkste residenties voor koningin Anne, koning George I en koning George II.

Koning George III verkoos om elders te wonen, maar besloot dat het paleis bijzonder geschikt was als smaakvolle residentie voor verschillende van zijn kinderen. Een van hen, Edward, hertog van Kent, was de vader van prinses Victoria. In 1837 werd dit kleine meisje koningin Victoria na de dood van haar oom William IV. De traditie dat het paleis door de leden van de koninklijke familie als woning werd gebruikt, bleef ook in de 20e eeuw en daarna behouden. Prinses Margaret, de zus van koningin Elisabeth, verhuisde in 1960 naar een appartement aan de zuidkant van het paleis, en bleef er wonen tot aan haar dood in 2002. In 1981 maakten de prins en prinses van Wales van het paleis ook hun thuisadres. Prinses Diana bleef er wonen tot aan haar dood in 1997. De hertog en hertogin van Cambridge en hun zoontje, prins George, hebben zich recent in het paleis gevestigd.

In 1898 werden de State Apartments op verzoek van koningin Victoria opengesteld voor het grote publiek. Toen begon dus het verhaal van Kensington Palace als museum. Later werd het de thuisbasis van de Royal Ceremonial Dress Collection. Die bevat duizenden kledingstukken die door de leden van de koninklijke familie werden gedragen, net als galagewaden van deelnemers aan de plechtigste paleisfeesten, en de kleren voor herauten, ridders en andere hoogwaardigheidsbekleders wanneer ze hun ceremoniële plichten vervullen. De stukken kunnen groot en imposant zijn, zoals de koninklijke trouwkleren en kroongewaden, andere zijn dan weer klein en heel persoonlijk, en bevatten babyschoentjes en haarlokken. De recentste exemplaren werden tot voor enkele jaren gedragen.

Kensington Palace is een bescheiden gebouw zonder één dominerend verhaal, in tegenstelling tot Hampton Court dat gelinkt is aan Hendrik VIII, of tot de Tower of London en zijn verhalen over foltering en dood. Wat Kensington heeft is iets veel meer immaterieel – er werden gesprekken gehouden, argumenten geopperd, kinderen geboren en anderen gingen dood binnen de kleine kamers met panelen van de vertrekken van de koningin en de imposante, geschilderde kamers van de vertrekken van de koning. Het was een plaats waar echt geschiedenis werd geschreven – deze gebeurtenissen veranderden het verloop van de nationale geschiedenis, en dit geeft aan de plaats zijn speciale sfeer. Het was onze ambitie

om die atmosfeer tastbaar te maken; we moesten effectieve manieren vinden om deze menselijke en emotionele verhalen te vertellen.

De kledingcollectie, die in het paleis aanwezig is, is een geweldige troef. Kledij is de meest intieme van al onze bezittingen. Kledij zegt niet alleen iets over onze tijd en plaats in de wereld, maar ook over onze ambities en dromen. Daarom heeft het een bijzondere betekenis. Wanneer de persoon er niet meer is, is het zijn kledij die zijn wezen en persoonlijkheid op de meest directe manier oproept.

In 2002, toen prinses Margaret stierf, ging de verantwoordelijkheid voor het beheer van een deel van haar tuin over naar Historic Royal Palaces. Dit betekende dat het gebouw, zijn terreinen en collecties op een nieuwe, spannende manier heringericht konden worden. We maakten een plan dat ervoor zou zorgen dat het paleis weer met zijn tuinen, zoals ze in de vroege 18e eeuw ontworpen waren door tuinier Charles Bridgeman, verbond. Er werd een nieuwe ingang voorzien, omgeven door een nieuwe tuin – bezoekers moesten niet langer om het gebouw heen wandelen, op zoek naar de voordeur. In 2010 konden we, met alle plannen en toelatingen in de hand, van start gaan met een bouwproject dat gedurende twee jaar deze verbeteringen zou verwezenlijken.

Het bouwproject zou echter extensief en ingrijpend zijn. Het zou lawaai en stof veroorzaken. Er moesten ramen afgeplakt worden, wat wil zeggen dat kamers verduisterd zouden zijn. Alle breekbare artefacten moesten verhuisd worden om het risico op schade door trillingen uit te sluiten. Het paleis zou verstopt zijn achter een omheining van bijna een kilometer lang, waarbij het grootste gedeelte van de site niet toegankelijk zou zijn.

In dit chaosmoment smolten alle zekerheden van de laatste decennia als sneeuw voor de zon. Voor de *in-house teams* werden traditionele manieren van werken overbodig, en voor bezoekers was het traditionele interpretatieve aanbod onbereikbaar. We moesten een moeilijke beslissing nemen. Moesten we het paleis sluiten voor de bezoekers? De impact hiervan kon zijn dat de jobs van een deel van het personeel zouden veranderen. Waren we bereid om een deel van onze bestaande bezoekersbasis te verliezen en hun interesse in onze collecties te verspelen?

Of moesten we deze situatie als een opportuniteit beschouwen? Dit was een kans om een nieuwe visie tevoorschijn te toveren. We konden afwegen waar we wilden uitkomen aan het einde van deze tumultueuze periode. We konden exploreren

en experimenteren met nieuwe manieren van denken en werken om voor onszelf een 'paleis voor iedereen' te creëren. Dit was een kans die we niet mochten laten liggen. We stelden onszelf de bijzondere uitdaging tot doel om, gespreid over de twee jaar durende bouwoperatie, te zien of we meer families en Londenaren konden aantrekken.

Met deze ambitie op tafel, namelijk om de site tijdens de bouwoperatie te laten functioneren, moesten we van Kensington Palace wel iets speciaals maken. Bezoekers moesten om een ingewikkeld traject heen verleid worden. We dachten eerst om hen deel te laten uitmaken van een spel, waarbij ze een raadsel moesten oplossen of een queeste moesten volgen. Het aantal kamers dat nog toeganke-lijk was, was beperkt en we hoopten dat we een manier konden vinden om de bezoeker aan ons te binden en op een dieperliggende manier het belang van de architectuur en kunstschaten die we ter plaatse konden houden, te laten appreciëren. De ervaring moest rijker en meerlagiger zijn, zodat de perceptie van een waardevol bezoek bleef bestaan.

We voelden dat deze ambitie niet door één bureau gerealiseerd kon worden; om al onze dromen te verwezenlijken, moesten meerdere partijen samenwerken. Binnen het paleis hadden we een klein, hecht team van curators, conservators, vertalers, managers, suppoosten en vrijwilligers. Er was een hardwerkend team dat zorgde voor educatieve activiteiten en dat contacten binnen de gemeenschap probeerde aan te knopen. Het was goed mogelijk dat de reeds lang aangeknoopte banden met gemeenschapsgroepen, lokale scholen en colleges konden gebruikt worden om een levendig paleis te behouden. Veel hedendaagse modeontwerpers hadden bovendien de voorbije jaren het paleis en zijn collecties ter inspiratie gebruikt. We waren er zeker van dat, indien we een beroep konden doen op een beetje van hun creativiteit en verbeelding, we erin zouden slagen om een fantastische compensatie te maken voor die delen van de collectie die we moesten verhuizen. Bovendien zou op die manier de band van het paleis met mode behouden blijven.

Maar wie zou die laatste partner zijn, die ons zou kunnen helpen om de boel samen te brengen? We waren ervan overtuigd dat 'performance' de sleutel was – om nieuwsgierigheid op te wekken, om de weg te wijzen, om verhalen te vertellen. Er was elders een nieuwe geest voor *on-site* en immersief drama. Gezelschappen zoals Shunt, met *Amato Saltone* dat in 2006 onder de bogen van London Bridge Station werd opgevoerd, en Punchdrunk met hun versie van Edgar Allen Poes *Masque of the Red Death* in het Battersea Arts Centre in 2007 veranderden het thea-

tergebeuren. Historic Royal Palaces volgde deze ontwikkelingen, waarbij gebouwen en ruimten tot leven werden gewekt met soms onorthodoxe drama-experimenten, op de voet en begon zelf te experimenteren met Angels in Architecture, die in 2007 een promenadeopvoering van Christopher Marlowes *Dido of Carthage* in Kensington Palace organiseerden. Het theatergezelschap Goat and Monkey speelde in 2009 *A Little Neck* in Hampton Court – het verhaal dat ze opvoerden over koningin Anna Boleyn deed het drama van de Tudors, dat er enkele eeuwen eerder werd opgevoerd, opnieuw weerklinken.

Onze zoektocht voerde ons naar WildWorks. WildWorks is een internationaal theatergezelschap, met zetel in Cornwall, dat theater maakt in situ – kunstwerken en voorstellingen groeien uit het landschap en de mensen die er deel van uitmaken. Ze nemen het publiek mee op sensorische en emotionele reizen, waarbij ze gebruikmaken van een overvloed aan media en disciplines: muziek, performance, vuur, eten, digitale media, techniek, rituelen, figurentheater, poëzie, dans, installaties. Het publiek, dat een parcours moet volgen om het stuk te kunnen volgen, kan dus niet passief toekijken, maar wordt mee in de voorstelling gezogen, het is deel van de creatie. Het werk boort nieuwe publieksgroepen aan, die normaal gezien niet naar het theater gaan, en maakt hen actief. De voorstellingen zijn sensorische werelden, waar alles narratief is: de ondergaande zon, het weer, ver weg en dichtbij, van groot naar klein, een lichtbaken op een heuveltop, de geur van wilde buddleja als je naar de Onderwereld wandelt.

WildWorks palmt zowel landelijke als stedelijke settings in, waarbij ze er vaak voor kiezen om te werken op plaatsen en binnen gemeenschappen die een grote verandering ondergaan – waarbij ze nieuwe doelen vinden na het ineenstorten van traditionele industrieën, na een conflict of op de vooravond van een radicale gebeurtenis. Het gezelschap zoekt de herinneringen en betekenissen die de gemeenschap aan haar territorium geeft en vergroot die tot epische of intieme verhalen, waarbij ze het alledaagse omvormen tot iets magisch en mystieks. Ze creëerden voorstellingen op een drukke viskaai in Cornwall, op de demarcatielijn naast een grensovergang van de VN in Cyprus, in een nachtclub onder Glasgows Merchant City, in de oude stad van de Ridder van St. John op Malta, in het niet-langer-kloppende hart van Tyne scheepsbouw in Wallsend, in de mooie bosrijke omgeving van een verblijf voor Alzheimerpatiënten in Rouen, en op zoveel andere locaties. En op elke plek zoeken ze iets bijzonders, wat wil zeggen dat ze de *gatekeepers* en de centra van culturele energie binnen elke gemeenschap vinden, waarbij ze met een gospelkoor en een tienerhiphopgroep in Amiens werken, met tangodan-



sers op leeftijd in Hastings, met verveelde maar pittige jeugd in Noord-Frankrijk en postindustrieel Cornwall, met vissers, ex-mijnwerkers, scheepsconstructeurs, bijenwetenschappers, aandeelhouders, breisters ...

WildWorks werkte nog nooit met een paleis, en was een beetje verbaasd toen ze onze uitnodiging ontvingen. Of zoals Bill Mitchell, artistiek directeur, zich herinnert: *“When we received the letter of invitation from the palace, WildWorks were in residency in the Royal Naval Dockyard in Devonport, making a show that imagined the future, launching a little boat every night into Plymouth Sound. We thought that no location could have provided a sharper contrast to the world of palace than this – rehearsing in a working dockyard with cranes, scissor lifts and many different local tribes, while endeavouring to understand and observe the strict codes and practises of the Royal Navy and Ministry of Defence. Actually, as we were to find out, this was the perfect preparation ...”*<sup>3</sup> We waren verheugd dat WildWorks geïntrigeerd was door ons voorstel en ons in dit avontuur wilde vergezellen.



Te midden van de ervaring die we creëerden, en die we *The Enchanted Palace* noemden, zetten we een aantal principes op een rijtje. Er moest een betekenisvolle, bereikbare en lonende manier zijn waarbij van de talenten van het *front of house team* (nvdv dit zijn zowel suppoosten als publieksmedewerkers) werd gebruikgemaakt, en waarbij educatieve en gemeenschapspartners zich zouden aansluiten. De trip zou zelfnavigerend zijn; de bezoekers zouden ertoe worden aangespoord om nieuwsgierig te zijn en de site te verkennen. We wilden dat elk bezoek sociaal en leuk zou zijn, en we wilden



*Room of Flight* met jurk van Vivienne Westwood. WildWorks designer Myriddin Wannell. Zomer 2011. ©Steve Tanner/WildWorks

*Room of War and Play*, vol met spelende bezoekers. WildWorks designer Bill Mitchell. Zomer 2010. ©Steve Tanner/WildWorks

*Room of Dancing Princesses*, met een jurk gedragen door prinses Margaret en prinses Diana. WildWorks designer Sue Hill. Zomer 2010

manieren vinden waarin die bezoekers die het wilden konden participeren en hun steentje konden bijdragen. *Storytelling* werd het sleutelwoord – en we wilden dat die verhalen emotioneel en menselijk waren, waarbij ze rechtstreeks inspiratie vonden in het paleis en zijn collecties. Het was voor ons allemaal belangrijk dat het paleis en zijn collecties in het centrum van de belangstelling stonden. Of zoals Freeman Tilden zei: “*Interpretation is a revelation based upon information*” – de nieuwe ervaring moest authentiek zijn.<sup>4</sup>

Het kader dat we voor ons project uitwerkten moest flexibel en genereus zijn. Indien er iets moest veranderen omdat we met een nieuwe praktische situatie te maken hadden, omdat het bouwproject vorderde, dan moest dat kunnen – en als er iets niet functioneerde, dan moesten we er zeker van zijn dat we konden wijzigen en aanpassen. Het werk, dat achttien maanden duurde, verdeelden we in drie fases waarbij telkens een nieuwe groep kunstenaars werd betrokken, om nieuwe perspectieven en connecties te ontwikkelen en om het geheel levendig en verrassend te houden zowel voor de bezoekers als voor de paleisteam.

Voor het designteam was het echt belangrijk dat het volledige paleis een rol speelde in de creatie van het werk. De plaatselijke *front of house*, administratieve en shopteams voegden zich bij curators, conservators en vertalers, om onderzoek te doen, om met gemeenschapsworkshops te helpen, en om zelfs bij de realisatie van de installatie te helpen. Er kwamen veel verborgen talenten tevoorschijn, die we hartelijk verwelkomden. We ontdekten dat we getalenteerde breisters, kleermakers, timmerlui, artiesten, zangers ... in eigen huis hadden. We waren er zeker van dat indien diegenen die het werk uiteindelijk op dagelijkse basis zouden uitvoeren, participeerden aan de creatie, zich mede-eigenaar zouden voelen, ze het zouden begrijpen en dus de beste ambassadeurs voor de bezoekers waren.

De verhalen die we uitkozen waren die van zeven prinsessen die gedurende drie eeuwen in het paleis woonden. In het hart van elk verhaal waren historische artefacten die met die bepaalde persoon verband hielden alsook de repliek van een modeontwerper, een gemeenschaps- en academische partner op hun verhaal. Om een eenvormige visie te verzekeren en om krachtiger werk van alle creatieve partners te stimuleren, schreef WildWorks' dichteres, Mercedes Kemp, een gedicht voor elke prinses om ter inspiratie voor elke tussenkomst te dienen. Het gedicht, dat gebaseerd was op feiten uit hun levens, schetste het mystieke en universele karakter ervan. Bezoekers zouden zich bekommeren om de prinses die huilde omwille van haar gearrangeerde huwelijk, haar ballingschap in een ver land

en haar mislukte zwangerschap, of over een andere die wegliep omwille van de liefde, maar stierf bij de geboorte van haar eerste kind, of nog een andere die zich zo alleen voelde dat ze haar honden kleertjes aandeed en met de poppen speelde tot ze zeventien jaar oud was.

### **THE SLEEPING PRINCESS – A POEM FOR PRINCESS VICTORIA**

*In this room sleeps a princess who  
is always watched, all eyes are upon her.  
She is dressed each morning,  
she is fiercely corseted,  
encased in dresses that feel like coffins.  
She is fed milk and honey.  
She learns singing and calligraphy,  
Alchemy and French,  
just in case the day comes  
when she might be queen.  
She plays with dolls  
and dresses her pet dog in frilly dresses  
just in case the day comes  
when she might become a charming  
plaything.  
Nobody really knows  
but all eyes are on her  
just in case.  
Dukes and Marchionesses  
hold her hand that she may not fall  
and they never let go.  
The days are filled with the passing of the  
hours.  
The hours pass, unchanging.  
The air in the palace is solid  
with ceremony and expectation.  
Her governess sits by her bed at night  
reading fairy tales to the sleeping princess.  
One day your prince will come.  
One day you will wear a dress rarer than*

*rubies.  
One day you will go to the ball.  
But every night there's a violet hour  
when the governess sleeps  
and the princess sleepwalks.  
In the morning, her bed is disordered,  
her feet are dirty.  
The palace is in despair.  
Something must be done.  
The royal carpenters are called.  
They pile mattresses on the princess's bed  
until it's so high  
it nearly reaches the ceiling  
and they build a chair for the watching  
governess  
that is tall and spindly  
so that she may read and watch  
the sleeping princess.  
She won't get away now.  
But in the morning  
when the princess is woken up  
for her breakfast of milk and honey  
her hair hangs wild,  
there are leaves on her nightdress,  
mosses and lichens are strewn on the bed,  
her feet are dirty and raw  
as if from dancing in the woods all night  
without permission.  
And that hair on the pillow  
Does it come from a wolf?*

Mercedes Kemp 2009



We wisten dat we niet het reguliere repertoire van museale bewegwijzering en beveiliging konden gebruiken. Glanzende labels en tekens of conventionele barrières zouden de magie ondermijnen die we probeerden te creëren. Maar de bezoekers moesten nog altijd wel hun weg vinden, precieuze objecten moesten beschermd worden en er moest nog steeds informatie overgebracht worden. We besloten om zo weinig mogelijk teksten te gebruiken in de vertrekken om bezoekers ertoe aan te zetten ze te ontdekken in plaats van erover te lezen. De opzinszin van John Bergers' belangrijkste werk luidt: "*Seeing comes before words.*" Zouden we onze bezoekers zover kunnen krijgen dat ze door het visuele onze verhalen beginnen te verkennen?<sup>25</sup> Indien we, in de vertrekken die mooi en mysterieus waren, thema's en patronen oplichtten, zou dit mensen dan nieuwsgieriger maken dan wanneer we hen data en feiten aanleerden? In de vertrekken zou de meest markante tekst de naam van de prinses, haar gedicht en de naam van de kamer zijn. Andere informatie was subtiel aangebracht, in barrières verweven, in hout en steen gekerfd, in gordijnen genaaid. Er waren voor de bezoekers veel verborgen boodschappen, die op verschillende manieren verteld werden, maar het verhaal was ook compleet als ze niet allemaal gevonden waren.

Het performancemodel dat we voor *The Enchanted Palace* bedachten kon niet gewoon als 'performance' worden beschreven. De belangrijkste taak voor het kleine aantal beroepsacteurs was om de wereld te schragen en de bezoekers zover te krijgen dat ze aandacht hebben voor de *genius loci*. We wilden de bezoekers aanmoedigen om actieve deelnemers te zijn in plaats van passieve waarnemers. Ze zetten momenten van verwantschap op touw en verbonden de geschiedenisfeiten met hedendaagse ervaringen. Mensen konden zich laten meeslepen door de gebeurtenissen die zich in het verleden in de paleisvertrekken hadden afgespeeld. Dit hielp om de bezoekers in het verhaal te vangen en, eens gevangen, was het aan onze publieksmedewerkers (de *in-house Explainers*) om voor hen het historisch verhaal te ontwarren.

WildWorks was cruciaal in het trainingsprogramma dat voor de publieksmedewerkers ontwikkeld werd. Het ging veel verder dan wat we tot nu toe onder training verstonden, hoewel uiteraard essentiële gezondheids- en veiligheidsaspecten en praktische zaken werden behandeld. Maar daarnaast maakten we van onze ploeg verhalenvertellers, waarbij we hen meer vertrouwen en de tijd en de toelating gaven om dit te doen. We werkten aan het losweken van interesses en enthousiasme, en boorden zachtjesaan wegen aan waardoor ze aan het werk konden bijdragen.

Voor ons *front of house team* was het doorbreken van de stilte, de toelating om met de bezoekers in interactie te treden en de aanwezigheid van de performers die de weg konden effenen, een verademing. Richard Mutton, ploegleider van onze onthaalploeg 'nieuwe stijl' zei: *"For me, personally, the moment that made me realise we had achieved something momentous was when one of my team said 'we can't go back to how it used to be'"*.<sup>6</sup>

De bezoekers die *The Enchanted Palace* apprecieerden, van de speelsheid genoten en geraakt waren door haar schoonheid en emoties, vonden het echt super. Ze zeiden:

*"... a breath of fresh air has brought life back into Kensington Palace at long last. A different and enjoyable experience."*

*"Visit any other historic house in the country for the cookie-cutter approach – visit Kensington for a hugely unique, insightful experience."*

*"The experience of searching and finding clues makes it very captivating. A fun activity that also combines history and learning."*

*"A wonderful way to interpret the history of a building. Visual art was striking, staff extremely enthusiastic and knowledgeable, performances funny and well executed."*

*"..... and excellent way to present information and history because I earned more today while having fun than I did in all my years at school ..... I feel like I actually met the princesses through the exhibition and experienced a short moment in their lives, which is what history is all about."*

Er was echter een kleine luidruchtige minderheid die bang was en perplex stond, die zelfs boos waren over wat we gedaan hadden. Aan ons om uit te zoeken waarom – en hoe we ermee moesten omgaan.

Gedurende decennia trok het paleis verschillende soorten publiek aan. Het meest trouwe publiek was ook het meest traditionele. Ze verwachtten, op leeftijd zijnde en vaak vanuit het buitenland komende, een mooi gebouw, een belangrijke kunstcollectie die ze konden bewonderen en een verfijnde *cream tea* om hun perfecte dag in Londen af te sluiten. Naast deze groep was er een kleiner aantal plaatselijke bezoekers die het paleis als een rustig en verborgen toevluchtsoord beschouwden. Een ander belangrijk, nieuw soort publiek, dat sinds 1997 opdook, volgde na de dood van Diana, prinses van Wales. Ze bezochten het paleis op zoek naar artefacten die verband hielden met hun heldin. Om hun informatiehonger over de prinses te stillen, werd een tentoonstelling- en displayprogramma op

de sporen gezet. Ondanks onze marketingcampagne, die trachtte iets over de nieuwe ervaring mee te geven, waren ze zeer verrast en zelfs verontwaardigd wanneer ze ondervonden dat hun verschillende verwachtingspatronen niet werden ingelost. We dachten dat het constructiewerk ons de toelating gaf om dapper te zijn en de dingen anders aan te pakken. Deze bezoekersgroepen vonden onze 'paleizigheid' heilig en als behoeder ervan hadden we ongepast en respectloos gehandeld door alles te veranderen.

Gespreid over achttien maanden zagen we een toename van bezoekers uit Londen met 20 %, en een toename van 17 % bij de 25-34-jarigen. 86 % bezocht het paleis nooit eerder. Er waren veel meer families die ons bezochten en we waren verheugd dat de website [www.mumsnet.com](http://www.mumsnet.com) een fan van ons was, net als een jong, cool deel van de maatschappij dat we nog nooit eerder in het paleis zagen. Er waren veel bezoekers die meermaals kwamen, en zij die genoten van het bezoek kwamen terug met familie en vrienden. Dit gaf ons meer vertrouwen en we organiseerden een reeks laatavondopeningen. Bijna zevenhonderd mensen namen aan een ervan deel - 'Peter the Wild Boy's Ball', waarbij ze rond het paleis en door de tuinen dansten. De blog over *Enchanted* won een prijs in de categorie media-industrie en het experiment als geheel kwam op de shortlist van de 'Art Fund' prijs.

Het werk bracht Kensington Palace en Historic Royal Palaces in het nieuws, als makers van iets origineels en anders. We ontvingen binnen- en buitenlandse reviews van pers en media die ons voordien negeerden. De onophoudelijke toestroom van reviews in de blogosfeer, en op Twitter, aangebracht door onze nieuwe jonge publieksgroepen, genereerde een onschatbare publiciteit. Het werk versterkte de reputatie van Historic Royal Palaces in de culturele sector, toen we bezoek ontvingen van internationale professionele collega's. Wij hadden op onze beurt veel geleerd van het werken met onze nieuwe partners.

Het project zette er ons toe aan om na te denken over risicomanagement. De bouwwerkzaamheden waren nieuw voor ons, we hadden voordien nog nooit met een partner zoals WildWorks gewerkt, en onze nieuwe bijzondere paleiswereld deed ons het gebouw op een andere manier verkennen. Het organisatie-team identificeerde in totaal 121 risico's voor het succes dat we allemaal nastreefden; sommige betroffen mogelijke schade aan de collecties, andere de duurzaamheid van het werk, de achterliggende filosofie en de negatieve impact op onze reputatie. Onze conclusie echter was dat we moesten voortdoen, terwijl we ons bewust waren van de problemen. Het verslag bestemd voor de directeurs werd



Inkomhal van Kensington Palace met boom van lichtgevende kant. Kunstenaar Loop.pH. 2012. ©Historic Royal Palaces

voorafgestaan door een quote van Nigel Kneales' theaterstuk *The Quatermass Experiment*: "An experiment is an operation designed to discover some unknown truth. It is also a risk."<sup>7</sup>

We pasten achteraf onze marketingboodschap aan, zodat bezoekers meer details kregen over de aard van de paleiservaring. Dit voelde eerlijk aan, en we gaven hen de keuze of ze hun bezoek wilden voortzetten.

Toen het bouwproject in 2014 klaar was, moesten we goed nadenken over de lessen die we uit *The Enchanted Palace* konden trekken, en ze in de structuur opnemen die het gereconstrueerde paleis schraagde. Er waren verschillende lessen die we op een rijtje moesten zetten.

Het was duidelijk dat zelfs een organisatie van het kaliber van Historic Royal Palaces een nieuw en ander publiek kon aantrekken met een nieuw en meeslepend aanbod, en dat dit goed in de markt moest gezet worden. Nieuwsgierigheid en verwondering opwekken en de menselijke emoties raken waren de sleutelwoorden – dit is wat de bezoeker aan ons bindt, en hem voortdurend laat leren van onze gebouwen en onze collecties. We waren opgetogen over het feit dat het bezoek een sociale gelegenheid was geworden, waarbij volop gesprekken werden aangegaan. De redelijke ambitie om alle teams te betrekken, en in het bijzonder het *front of house team*, was vernieuwend, en werd constant becommentarieerd door de bezoekers. We wilden er zeker aan werken. We besloten om kunstenaars in onze armen te sluiten voor toekomstige tentoonstellingen.

We waren ertoe gekomen de waarde en noodzaak te erkennen om uit te zoeken hoe we de belangrijke transitie voor de bezoekers van hun wereld van alledag naar onze wereld van paleisverhalen konden realiseren. Het project veranderde de definitie van wat curatorschap betekent binnen de organisatie – de curator werd ‘producer’, die het werk inspireert en er de focus op houdt, en samen met zijn team creatieve lijnen uittekent, de weg effent en iedereen zijn beste beentje laat voorzetten.

De bouwwerkzaamheden gaven ons echter ook een unieke gelegenheid om enorm dapper te zijn. Diegenen die door het werk van hun stuk gebracht waren, waren er meer toe bereid om ons en het te begrijpen, met in het achterhoofd dat *The Enchanted Palace* gecreëerd was in de context van een beperkte periode van praktische omwenteling. We konden met de heropening hopen op de terugkeer van een groter traditioneel bezoekerspubliek voor een landhuis. We moesten een besluit nemen: waren er publieksgroepen die we belangrijker achtten dan andere? Konden we aanvaarden dat een beetje afkeuring de prijs is die we betalen indien andere initiatieven zulke voordelen genereren voor het paleis en zijn bezoekers? Konden we iedereen altijd behagen? Wie is eigenlijk ‘iedereen’? Misschien moesten we verstandiger omgaan met ons publiek, en met hun bezoeks-motieven.

In 2012 heropenden we Kensington Palace. De site is geografisch in vier zones of trajecten opgedeeld waarbinnen telkens een paleisverhaal verteld wordt. We vertellen het verhaal van de 17e eeuw in de kleine vertrekken van de koningin, en van de 18e eeuw in de grote geverfde vertrekken van de koning. De 19e eeuw van de jonge koningin Victoria wordt verteld in de kamers waarin ze opgroeide. Er zijn bovendien verfijnde vertrekken waarin de recente geschiedenis van het paleis en zijn bewoners kan verkend worden. Elk traject heeft zijn eigen karakter, en vertelt zijn verhaal met zijn eigen stem. Er is een zorgvuldig gebouwde ‘decompressie-ruimte’, die we *the Hub* noemen, een boom gemaakt van ‘lichtkant’ in het midden. Dit is de plaats waar het *front of house team* de bezoekers verwelkomt en uitlegt hoe een bezoek kan aangepast worden aan alle leeftijden, smaken en interesses. Terwijl de beoordeling van *The Enchanted Palace* resulteerde in wijzigingen in ons oorspronkelijke presentatieplan, kwamen we tot de conclusie dat we veel publieksgroepen hadden die tot zulk een stoutmoedig werk overgehaald moesten worden – we konden ‘cultuurveranderaars’ zijn, maar moesten hiermee omzichtig omspringen.

De 20e-eeuwse verhalen van koningin Elisabeth, van prinses Margaret en prinses Diana worden simpelweg aan de hand van hun kledij verteld. Koningin Victoria's verhaal is bedoeld voor families. Er werd zorgvuldig gebruikgemaakt van tekst – alhoewel we ervoor kozen om de koningin zelf aan het woord te laten in plaats van de stem van een curator te laten horen. Er horen speelgoeddozen vol spelletjes bij.

Tussen 2012 en 2014 beslisten we echter om in de vertrekken van de koningin haar verhaal nogmaals door een kunstenaar te laten vertellen, om het jongere publiek dat we gewonnen hadden te behagen en hun vertrouwen te wekken. Coney, een vernieuwend collectief van theatermakers en kunstenaars, kreeg de opdracht om met ons het verhaal van het einde van de Stuartdynastie te verkennen, een obscure en ingewikkelde fase in de geschiedenis. Intrigerende kunstinstallaties haalden er het verhaal van een controversiële regeringscoup uit, gevoed door de ambitie voor een geweldige, vredevolle toekomst. Wie kon weten dat deze coup in zijn kern ondermijnd werd door menselijke zwakheid? William III en Mary II konden geen kinderen krijgen om de opvolging te verzekeren; Mary's zus Anne kreeg achttien kinderen, maar slechts één, prins William, overleefde de kindertijd. Williams gezondheid was echter zwak, hij stierf vijf dagen na zijn elfde verjaardag.

Coney is een collectief van interactieve theatermakers. Theater en gamedesign worden verweven tot dynamische shows die op diverse plaatsen opgevoerd kunnen worden; in theaters, scholen, musea, op straat en online. Hun werk neemt eender welke vorm aan die het meest geschikt is om het verhaal te vertellen en interageert altijd met de site, de setting en de verbeelding van het publiek. Ze houden ervan om slimme digitale middelen te gebruiken om met het publiek te converseren en hun verhalen met hen op te bouwen. De ervaring start wanneer je er een eerste keer van hoort, en stopt maar wanneer je er niet meer aan denkt of er niet meer over spreekt.

Coney gebruikt ideeën die in de wereld rondom ons weerklinken: van het alledaagse tot het ongewone. Hun werk wordt geleid door principes van aantrekkingskracht, nieuwsgierigheid en avontuur en is geïnspireerd door het geloof dat de wereld een magische plaats kan zijn waar gewone mensen ongewone dingen kunnen doen. Samenwerking en dialoog vormen het hart van hun werkmethode: met publiek, collega's, partners en een netwerk van makers.

Coney was geïntrigeerd door het verhaal van de kleine prins William, die de centrale focus van hun installatie zou worden. Ze bekeken de opgang van William en Mary en de ultieme neergang van de Stuartdynastie door zijn ogen; een kinderlijke mijmering over zijn lot als opvolger van een dynastie. Ze heette *The House of Cards*. Het werk was gedurfd, markant en meerlagig, waarbij het nauwgezet gedocumenteerde historische feiten in een emotioneel verhaal van een breekbare familie transformeerde. Film, audio-installaties, bijdragen van de gemeenschap en academische partnerships maakten deel uit van het werk. In de eetkamer van de koningin plaatste Coney achttien lege kinderstoelen rond een tafel om een verjaardagsfeestje voor de kleine prins William uit



Coney's *House of Cards* in de galerij van de koningin. Designer Joanna Scotcher. ©Coney/Ludo de Cognets

Koningin Annes achttien 'little hopes'. Coney's installatie in de tekenkamer van de koningin. Designer Joanna Scotcher. Zomer 2012. ©Coney/Ludo de Cognets



te beelden, waarbij zijn vele gestorven broertjes en zusjes tevoorschijn werden getoverd. Zij die openstonden voor deze manier van leren en de kamer verkenden, waren ontroerd en voelden zich verloren, wat veel verder gaat dan louter feitenkennis.

Mensen zeiden:

*“Highlights include a 'family tree', in this case an actual tree, rooted in the Queen's bedroom, and a seating gallery with an animation playing on the roof canopy, encouraging visitors to sit and relax. It's all very professionally clear and crisp, while also educating and enchanting – quite an extraordinary achievement.”*

*“Pulls off the rare trick of not only being captivatingly beautiful but also informative and historically authentic.”*

Omdat dit de meest radicale presentatie was, waren we voorzichtig met het geven van informatie over de sociale en politieke context van het verhaal, informatie over de architectuur en gedetailleerde info over de historische kunstschaten. Dit brachten we in de vorm van kranten, waarbij de aandacht niet werd afgeleid van de visuele kracht van het kunstenaarswerk.

De 18e-eeuwse vertrekken van de koning vormen het meest paleizige deel van Kensington Palace. Het was onze bedoeling om ze eenvoudig te presenteren, met een flinke brok politieke en sociale geschiedenis die discreet in krantenreeksen werd gegoten. Alhoewel we erover moesten waken dat onze nieuwe, met veel moeite verworven, jongere publieksgroepen zich niet verweesd zouden voelen: we wilden dat ook de kleinste kinderen er zich comfortabel voelden – gepakt en geboeid door de schoonheid van onze Tintoretto's en William Kents prachtig geschilderde plafonds.

Daarom werkten we opnieuw met Coney om een spel te ontwerpen doorheen de vertrekken van de koning, wat de meer speelse bezoekers de gelegenheid gaf om te ontdekken hoe je je weg vond als hoveling aan het 18e-eeuwse hof. Coney vermeid historisch re-enactment, maar in de plaats daarvan werkte een klein aantal beroepsperformers samen met de onthaalploeg van het paleis, om parallellen te trekken tussen historische verhalen van het hof en het leven van nu. Het gedrag van zij die het spel speelden zou de choreografie van die gebeurtenissen aan het hof weergeven, en met deze intentie hoopten we dat het spel de traditionele bezoeker niet zou onderbreken, maar misschien een spektakeltje om te aanschouwen zou leveren. Er zou geen verplichting zijn om te interageren – het



spel kon opgepakt en weggelegd worden. Als je er echt mee bezig was, was de beloning echter groter. Dus terwijl we een solide, betrouwbare informatielijn in het ‘scherpe’ traject van de koningin hadden gemaakt, liet de combinatie van light-touch performance en spelletjes de meer speelse bezoekers toe om hun begrip en emotionele band met de paleisgeschiedenis in het traject van de koning uit te diepen.

In de voorbereiding van zowel het traject over de koningin als dat over de koning betrokken we paleisteams bij de research en realisatie van het werk. Hun ervaring met het toegankelijk maken van dit soort werk voor een bezoekerspubliek was nog vrij beperkt, en we waren er ons van bewust dat ze aanmoediging en steun nodig hadden. We wisten dat deze betrokkenheid eerder had geholpen om begrip en vertrouwen op te bouwen. Coney nam de rol die WildWorks op zich had genomen over, namelijk de training voor de publieksmedewerkers; ze werkten op ons verzoek een tijdje samen met een geweldige generositeit, om te verzekeren dat er een eenheid was in taalgebruik en aanpak. We wilden geen schijnbaar onschuldig verschil in de manier van aanpak wat zou ondermijnen wat we al hadden opgebouwd. Alles leek op punt.

Enkele weken na de opening zagen we echter dat het publieksmodel waarnaar we hadden toegewerkt doorheen het paleis heel anders was dan het publiek dat voor de deur stond. Dit was 100 % breder dan verwacht, en een groot percentage ervan was ouder, met het traditionele verwachtingspatroon van de *country-house visitor*. Dit betekende dat de subtiliteit van het werk zou verdwijnen in kamers die volgepropt zijn met mensen. Zij die Coney’s *Game of the Court* wilden proberen, hunkerden naar iets met een echt begin, een midden en een einde. Het duurde niet lang vooraleer we beslisten om meer informatie en berichten in het paleis aan te bieden. Coney’s spel over hoofse strategiën werd in een nieuwe vorm gegoten, en elke bezoeker die het wou spelen kreeg een boekje vol tips en *clues* om het avontuur beter tot een goed einde te brengen.

Dit was de start van nog een rondje lessen leren voor de organisatie. Eerst en vooral is flexibiliteit goed en, met het nodige vertrouwen en respect tussen alle teams, kan verandering op een positieve, creatieve en snelle manier gerealiseerd worden. Het was belangrijk dat er zoveel mensen bij betrokken waren, in het bijzonder diegenen binnen de paleisteams, in de creatie van het werk, dat kritiek als een positieve, verrijkende ervaring beschouwd kan worden, essentieel voor het creatieproces, en dat iedereen de vurigste opbouwende kritiek op het werk



Vele manieren om informatie over te brengen. Coney's kranten en een fluisterende machine. Zomer 2012. ©Coney/Ludo de Cognets

moest leveren. Vele partijen verleenden hun expertise – en deze dialoog werd de steunpilaar die ervoor zorgde dat het werk werd aangepast aan de veranderende omstandigheden en feedback van het publiek.

Dankzij dit enthousiasme bleken de teams van Kensington Palace meteen bereid om te helpen om een reeks televisie-uitzendingen over de impact van ziekte op de koninklijke geschiedenis te ondersteunen. Met de medewerkers aan de ticketbalie, de *front of house Explainers*, de performers van Coney en een nieuw aangestelde kunstpartner maakten we een paleis waarin iedereen beetje bij beetje zijn activiteiten en gesprekken richting geneeskunde manoeuvreerde. Voor de jonge bezoekers, en diegenen die jong van hart zijn, was er een speelse zoektocht naar hun gezondheid – iedereen gaf toe dat het een beetje jeukte en dat men wou krabben; voor traditionelere bezoekersgroepen verzorgden *Explainers* pop-up mini-lezingen over medische onderwerpen in alle paleistrajecten, waarbij voortdurend de link met de televisiereeks werd gelegd. Het nieuwe kunstwerk, dat hen hierbij ondersteunde, paste volledig in de bredere paleiservaring en versterkte die nog, in plaats van de kracht en de geest van het werk af te breken.

Bezoekersenquêtees toonden aan dat er nog steeds mensen zijn die houden van de aanpak die we voor de interpretatie van Kensington Palace bedachten, terwijl

anderen zich vervreemd bleven voelen. Gewoonlijk krijgt slechts een van de vier trajecten de uitdrukkelijke goedkeuring of kritiek, waarbij de algemene indruk over het bezoek positief blijft. Elk traject genoot de voorkeur bij een ander deel van de bezoekersgemeenschap. Was dit de beste manier om te verzekeren dat elke stijl om een boodschap over te brengen effectief en oprecht aanvaard zou worden?

Er werd een nieuwe methode bedacht om onze publieksgroepen beter te leren kennen, en we pasten een nieuw segmentatiemodel toe waarmee we te weten wilden komen *waarom* iemand ervoor koos om onze paleizen te bezoeken in plaats van te onderzoeken *wie* de mensen zijn die al dan niet naar ons komen. In plaats van vast te stellen of er een groter percentage als deelnemer aan een rondleiding of met familie komt, of er meer 'idoolzoekers' op zoek gaan naar materiaal dat gelinkt is met koningin Victoria of prinses Diana, of er oudere bezoekers uit het buitenland ons bezoeken als 'trip van hun leven', proberen we hun psychologische motivatie te weten te komen. Dit resulteert in een nieuwe manier om vast te stellen wat ons publiek bereikt en beroert, en met dit in ons achterhoofd kunnen we onze projecten ontwerpen. We geloven dat er acht fundamentele zaken zijn die een bezoeker uit zijn bezoek wil halen, gerangschikt in een motivatiehiërarchie op vier niveaus. Op het eerste niveau moet het bezoek een aangename ervaring zijn binnen een aantrekkelijke omgeving, maar dit stijgt naar een tweede niveau voor zij die een element van zelfontwikkeling zoeken. Het derde niveau omvat de bezoekers die hopen op iets dat al hun zintuigen op een nieuwe en vernieuwende manier prikkelt. Bovenaan de hiërarchie staan zij die op zoek zijn naar een transformerende ervaring. Deze hiërarchie komt beter overeen met onze ambitie om een band te creëren met onze bezoekers, om hen over de streep te trekken en hen nieuwsgierig te maken naar onze gebouwen, collecties en verhalen.

Er werden belangrijke wijzigingen doorgevoerd in de functieomschrijvingen van zij die werken voor het ontwerpen van de bezoekersprogramma's. Een nieuwe verantwoordelijke voor creatieve programmering werd aangeworven, met een achtergrond in het theater. De nieuwe educatieve verantwoordelijke (*Head of Learning and Engagement*) werkte voordien bij de BBC. Historic Royal Palaces is geïnteresseerd in het samenbrengen van ervaring uit de brede waaier van culturele gemeenschappen om het werk te verrijken en een nieuwe ambitie te brengen.



*Blood Swept Lands and Seas of Red*. De installatie bij de Tower of London, gecreëerd door keramiekkunstenaar Paul Cummins met set design door Tom Pipe, herdenkt de honderdste verjaardag van het begin van de oorlog in 1914. Augustus 2014.  
©Historic Royal Palaces Foto: Richard Lea-Hair

De verantwoordelijke voor creatieve programmering werkte een nieuw *artist-in-residence* kader uit, om diegenen aan te trekken die met een brede waaier van creatieve gemeenschappen werken. Er zal voor hen binnenshuis plaats en tijd worden gemaakt, wat het hen mogelijk maakt om een band met de organisatie op te bouwen en hun werk uit te testen met de *in-house teams* vooraleer het aan een breder bezoekerspubliek wordt voorgesteld. We streefden er altijd naar dat elke bezoeker een mooie, lonende en betekenisvolle tijd in het paleis doorbracht. Is dit een betere manier om bekommernissen over reputatierisico's te verminderen, die ons belastten toen we het werk aanscherpten, en waarbij alle onverwachte praktische haperingen publiekelijk worden opgelost?

Anna Morrissey is een choreografe en bewegingsdirecteur, die vooral in het theater en in de opera werkzaam is, maar die ook haar eigen werk creëert. In 2014 werd ze *artist-in-residence* bij Historic Royal Palaces. Er was geen vooraf bepaald resultaat voor haar deelname. Ze pakte de ruimten aan en luisterde naar de verhalen, wat leidde tot de creatie van een dansspectakel voor de tuin in Hampton Court.

Het stuk, dat *Echo to the Vaulted Sky* heet, nam formele dans uit de 18e eeuw als basis, maar maakte er iets heel hedendaags van. Rivaliserende dansvormen weer-

spiegelde de battles tussen rivaliserende hoffacties, tussen de kunstig gesnoeide hagen van Privy Garden. Aan het eind van het stuk renden de dansers het paleis in – het hof was altijd al een speeltuin, en symbolisch werd het opnieuw ingenomen en getransformeerd. Het stuk werd later tijdens het Latitude Festival – een avantgardistische vitrine voor nieuw werk – opgevoerd.

En wat betekent werken op een plaats zoals de onze – een koninklijk paleis – voor onze artistieke partners:

WildWorks getuigt:

*“The Enchanted Palace’ provoked several new threads in our work ...*

*Audiences for a WildWorks event often make a journey, follow a physical path, along which the story unwinds; as the journey progresses the audience becomes more deeply enrolled in the emotional world of the piece. The layout of Kensington Palace meant that there was no single prescribed route, visitors were able to wander at will, explore, return, self-navigated. We were anxious that without the structure of a narrative visitors would skim across the surface of the meanings we were seeking to express. The responses to ‘The Enchanted Palace’ gave us confidence to explore this form more, to trust our audiences.*

*As a result of working in the palace we have become fascinated by the narrative and emotional power of objects. Many of the objects we encountered in the palace were extremely beautiful, luxurious and well-crafted. But frequently it was the more modest, personal artefacts which were most potent with meaning and feeling – tiny slippers embroidered with coronets for Victoria’s babies, Princess Margaret’s collection of shells harvested on Mustique, a simple 17th century rice bowl, decorated with barnacles from its sojourn under the sea, after the ship it was part of the cargo of sank off Vietnam. How do you breathe life into these objects and allow them to radiate their meanings? It is a course of ongoing enquiry for us, threading through many recent projects – ‘Ark-ive’ at the National Theatre, ‘The Museum of Us’ at the Royal Cornwall Museum, Truro and ‘Once Upon a Castle’ in Kasteel van Gaasbeek.*

*We worked intensively with the warders at the palace. They became our Explainers, capturing the visitors’ curiosity inspired by the installations and the professional performers, and telling the stories of births and deaths, love and betrayal. They came from all walks of life – an ex-fireman, a philosopher, a passementerie-maker, teachers, security guards – none of them with any training in performance. We became fascinated by the particular quality they brought to the experience. We encouraged them to follow their hearts in the stories they told, not giving them any kind of script; they could focus on the stories and characters that most interested them. Their unfeigned passion for the palace and its inhabitants was infectious. They brought an honesty, authenticity and depth of knowledge of the history of the place that would be impossible to create with even the most skilled professional performer. This discovery has given us the confidence to be bolder in the challenges we set our non-professional crew. ‘Once Upon a Castle’ is staffed entirely by volunteers and the operational staff of the castle - estate workers, cleaners, curators, administrators. They literally bring the castle back to life and their role is often cited as one of the chief delights of the experience.”*

Coney getuigt:

*“The richness of stories, objects and knowledge, in a place like Kensington Palace, is incredibly enticing and inspiring for us as artists. It is daunting as well: a palace is so solid and enduring - its value and values firmly rooted in a long history. This is so different from our practice and creative work, with its yearning and mission for innovation. Our response was to collaborate; we didn’t want to impose an artistic vision, but to allow people from all palace teams, and partnerships, to be involved in exploring the palace and its stories together. Together we uncovered a path towards a place of unexpected and adventurous bounty, in which we could create, and which we would then share with our audience. We set out to combine the old and the new, to make a compelling experience.”*

Anna Morrissey getuigt:

*“It was a great experience. The palace provides such an exciting canvas; it is a very beautiful place to work in. To be allowed a whole month in which to develop the piece, with an open brief, in these ‘super-sacred’ spaces, was amazing. I could explore the stories, talk to the curators and all sorts of people of the place – there was just so much inspiration. There were rules and regulations too, and I made a lot of effort to respect these, but in return people were positive, supportive and excited. The gardeners were incredible.*

*Watching the audience for the piece when it was performed on a sunny Sunday was a revelation. They sat on the grass in the gardens – an elite space was transformed into one that was democratic. In this moment they were all part of this great historic place, not just travellers through it.”*

Onze betrokkenheid met kunstenaarsgemeenschappen buiten onze bijzondere paleiswereld van Historic Royal Palaces leidde ertoe dat we onze conventies en traditionele manieren van werken in twijfel trokken. We waren verrast door de open en creatieve invraagstelling van sommige ‘heilige huisjes’ en we hebben geleerd om ‘Waarom niet?’ te zeggen in plaats van ‘Nee’. Dit leidde inderdaad tot veranderingen ten goede in veel aspecten van de organisatie. WildWorks zette ons ertoe aan om een ruwe lijst te maken van alle dingen die we in een paleis niet konden doen. Door ons als doel te stellen hiervan zoveel mogelijk te realiseren, voelen we dat we fundamentele veranderingen beginnen te maken in het hart van onze operatie. Coney werkte genereus samen met alle teams om het werk te vernieuwen, waarbij ze inspeelden op de veranderende bezoekerspatronen. Dit leidde tot een cultuur waarin iedereen opbouwende kritiek op het werk kan leveren, en we leren om meer flexibel te zijn bij veranderende omstandigheden. We putten winst uit de energie en het frisse perspectief dat kunstpartners in de organisatie brachten. We hebben de ambitie dat dit blijft voortduren in een evoluerend programma van interventies.

Jazeker, er zijn risico’s. Je moet moedig zijn en soms lukt iets niet. De weg kan moeilijk zijn, de juiste partner vinden is een opdracht die je voorzichtig moet



*Echo to the Vaulted Sky*. Speciaal gecreëerd hedendaags dansstuk in Hampton Court Palace. Choreografie door Anna Morrissey, costumering door Penny Watson, muziek van Sam Thomas. Juli 2014. ©Historic Royal Palaces Photo: Ellie Kurtz

aanpakken; je moet vertrouwen en respect opbouwen, en weten dat dit van twee kanten komt. Je moet iedereen meenemen op de reis. Maar we zullen doorgaan met het experimenteren en exploreren van onze manieren van werken – en zullen ambitieus zijn voor elke bezoeker. Niet enkel diegenen die voor onze deur staan, maar iedereen die door ons geraakt wordt, waarbij we proberen om onze paleisverhalen aan een steeds grotere wereld te vertellen.

---

Dr. Joanna Marschner is Senior Curator van Historic Royal Palaces. Ze is in het bijzonder verantwoordelijk voor de State Apartments en de Royal Ceremonial Dress Collection in Kensington Palace in Londen. De auteur bedankt Michael Day, John Barnes en Deborah Shaw van de Historic Royal Palaces, evenals Sue Hill, Bill Mitchell, Mercedes Kemp en Steve Tanner van WildWorks, Annette Mees, Tom Bowtell en Tasso Stevens van Coney en Anna Morrissey voor hun gewaardeerde bijdragen aan deze tekst.

1. A. EINSTEIN, "The world as I see it", in: A. EINSTEIN, *Ideas and Opinions, based on Mein Weltbild*. New York, Bonanza Books, ed. by Carl Seelig, 1954. pp. 8-11.
  2. M. DAY, *Contemporary approaches to site presentation and interpretation*. Verslag voor de Beheerders van de Historic Royal Palaces, Mei 2012.
  3. J. MARSCHNER & S. HILL, *The Enchanted Palace*. Londen, Historic Royal Palaces, 2011., p. 13.
  4. F. TILDEN, M. BONMAR & P.B. CRAIG, *Interpreting Our Heritage*. North Carolina, University of Carolina Press, Editie 2008, p. 18.
  5. J. BERGER, *Ways of Seeing*. Londen, BBC en Penguin Books, 1972. p. 1.
  6. J. MARSCHNER & S. HILL, op.cit. p. 33.
  7. N. KNEALE, *The Quatermass Experiment*. Londen, British Broadcasting Corporation (tv-reeks), 1953.
-



©Steve Tanner, WildWorks



# WAT ALS DE MUREN KONDEN SPREKEN?

## *Een pleidooi voor verbeelding*

JACQUELINE VAN LEEUWEN

**De vraag “Wat als de muren van dit kasteel konden spreken?” zette de verbeelding van de Wild Workers in werking. Het resultaat is een verbluffend decor. Een andere wereld, die ook letterlijk tot de verbeelding spreekt. Maar ook een aanpak die vragen oproept bij erfgoedprofessionals én bezoekers. Want: is dit nog wel erfgoed, of is het Disney? Hoever kan men afdwalen van de feiten? En vooral: is er wel plaats voor zoveel verbeelding in erfgoedland?**

**D**eze bijdrage wil aantonen dat het concept verbeelding erg verrijkend kan zijn voor musea, als een specifieke vorm van reflectie. In het onderstaande denken we na over de plaats van verbeelding binnen cultuur en erfgoed. Waarom zouden we de verbeelding willen stimuleren? Wat is daarvan de meerwaarde? Hoe kunnen we verbeelding aan het werk zetten? En: binnen welke kaders kunnen we de verbeelding van de bezoekers uitlokken? We plaatsen *Once upon a Castle* zo in een breder perspectief en stellen ons de vraag welke aspecten van deze tentoonstelling op kleinere schaal toepasbaar zijn.

## VERBEELDING ALS EEN VORM VAN REFLECTIE

Een geslaagd erfgoedproject is een “evenement”, schreven Pascal Gielen en Rudi Laermans al in 2005. Het transformeert, het “kantelt de blik” en zorgt ervoor dat je na afloop een beetje anders naar de werkelijkheid kijkt.<sup>1</sup> In het recente debat over de waarde van cultuur klonk het eveneens: “Cultuur verruimt en verrijkt de denkkaders, het daagt het denken uit”.<sup>2</sup>

Doorgaans vullen cultuurhuizen die reflectie in als kritische beschouwing. Bijvoorbeeld door expliciet parallellen te trekken met actuele maatschappelijke thema’s<sup>3</sup> of het eigen leven van de bezoeker.<sup>4</sup> Maar ook verbeelding biedt een andere blik op het hier en nu. Niet als fantasie, maar als “de vaardigheid om te denken over wat mogelijk zou kunnen zijn”.<sup>5</sup>

Verbeelding is een mentaal proces<sup>6</sup> dat ons toelaat om dat wat er is anders te bekijken. Het is de vaardigheid om ons dingen voor te stellen die er niet zijn, maar wel zouden kunnen zijn.<sup>7</sup>

In een wereld van formats, vaste procedures en expliciet beeldgebruik is het geen overbodige luxe die vaardigheid aan te scherpen.

Dat deze verbeelding een rol speelt binnen theater of beeldende kunst is duidelijk. Maar of verbeelding ook een rol kan spelen binnen erfgoed, lijkt minder evident. Toch kunnen musea niet zonder verbeelding. Bezoekers maken spontaan allerlei associaties bij wat ze zien en kunnen snel en onbewust “een halve hond heel denken”, zoals Joke van Leeuwen het verwoordde.<sup>8</sup> Maar ook langs de kant van de makers speelt verbeelding onherroepelijk mee. Zij vertellen immers verhalen en roepen beelden op. Hun doel is “de mensen achter de potscherf zichtbaar te maken”. En juist dat streven, noemt erfgoedonderzoeker Michael Shanks *archaeological imagination*.

Hij definieert deze verbeelding bewust als een creatieve impuls die we, ook bij puur academisch onderzoek, niet kunnen vermijden. Het gaat met andere woorden om de niet-positief-wetenschappelijke kant van het verhaal; om empathie, om inleving, om je proberen voor te stellen hoe mensen vroeger leefden en welke betekenissen zij gaven aan de wereld om hen heen. Verbeelding is dus geen fantasie, maar een onderzoekende houding, waarbij men niet alleen de feitelijkheden vaststelt, maar deze ook interpreteert. Uiteraard gaan onderzoekers daarbij niet

over één nacht ijs. Zij associëren binnen de grenzen van de eigen discipline, de algemene wetten en zekerheden.<sup>9</sup> Maar ze associëren wel en zetten dus hoe dan ook hun verbeelding aan het werk.

Wat het verleden betreft, gebeurt dat het meest uitgesproken in de *counterfactual history*, een methode die de impact van bepaalde historische feiten onderzoekt aan de hand van een eenvoudige vraag: “wat zou er gebeurd zijn als dit feit niet had plaatsgevonden”? Speculatief natuurlijk en een beetje gevaarlijk misschien, maar wel een manier om de gevolgen van bepaalde historische omstandigheden beter in te schatten, door het historische feit vanuit een ander perspectief onder de loep te nemen.

Op een dergelijke actieve manier omgaan met de werkelijkheid, heeft volgens pedagoog Keiran Egan een bijzonder groot leereffect. Juist omdat het je dwingt de materie door en door te beheersen en van allerlei kanten te bekijken. We stellen in het onderwijs meestal feitelijke vragen: wie, wat, waar, waarom, maar zelden de speculatieve vraag “wat als”, en juist die vraag is het kernpunt van een “*imaginative education*”, vrij vertaald: een verbeeldingsgericht onderwijs.

Verbeelding speelt niet alleen een rol bij het vormen van onderzoekers, het is een vaardigheid die ook op andere maatschappelijke domeinen bijzonder zinvol is. De Britse socioloog Richard Sennett, stelt bijvoorbeeld dat de verbeelding een vakman of een expert onderscheidt van een beginner. Een expert is niet iemand die blind de regeltjes toepast of draaiboeken volgt; hij of zij heeft het vermogen om verder te kijken dan wat er in het hier en nu gegeven is. En de drijvende kracht achter die transformatie is verbeelding.<sup>10</sup> Verbeelding speelt bovendien een belangrijk rol in strategie en visievorming. Grote leiders zijn door hun verbeelding in staat verder te kijken en een inspirerend toekomstbeeld op te roepen.<sup>11</sup>

Kortom: inzetten op verbeelding is niet zo wereldvreemd als het op het eerste gezicht lijkt. Het betekent kiezen voor een zeer actieve vorm van leren, waarbij men de feiten op een andere manier verkent, en zo uiteindelijk beter beheerst en inschat. Verbeelding is dus geen ongebreidelde fantasie maar een bijzondere vorm van reflectie. De moeite waard dus om als museum op in te zetten. Maar hoe doe je dat?

## VERBEELDING STIMULEREN BETEKENT: ZAKEN OPEN LATEN

De Nederlandse tentoonstellingsmaker Herman Kossmann vindt verbeelding een bijzonder waardevol concept, dat centraal staat in zijn werk. Uiteraard krijgt ook hij weleens te horen dat het verschil met Disneyland klein wordt, maar hij ziet wel degelijk grote verschillen in de manier waarop dergelijke pretparken hun verhaal brengen. En dat verschil zit in de detaillering. Disneyland en co dompen de bezoeker tijdelijk onder in een volledig uitgewerkte andere wereld. In dit soort setting is alles strikt georkestreerd en heeft het publiek vaak niet eens de vrijheid om het ritme van het bezoek te bepalen. Zo wordt er – letterlijk – niets aan de verbeelding overgelaten. Een dergelijk bezoek blijft volgens Kossmann bij een *experience*, een beleving die ons korte tijd verbluft, maar waarvan we later amper iets meedragen. Cultuur daarentegen zorgt dat er nog iets toe te voegen is, en dat er ruimte is voor eigen reflectie en interpretatie. En juist die mogelijkheid tot suggestie, associatie en verbeelding, zorgt ervoor dat de inhoud beter blijft hangen, zodat er een inhoudelijk *after effect* is. Om dit te bereiken moet je niet alles in detail uitwerken, maar ook zaken vaag en abstract houden, meent Kossmann.<sup>12</sup>

Die balans tussen abstractie en detail speelt ook een belangrijk rol bij *storytelling*. In *The art of storytelling* stelt Amy Spaulding bijvoorbeeld dat goede vertellers het publiek stimuleren om hun eigen conclusies te trekken, om zelf zaken in te kleuren. Een goede verteller spelt niet alles uit, maar focust op enkele zinvolle details en emoties. Daarnaast krijgt de luisteraar de ruimte om zelf zaken aan te vullen.<sup>13</sup> Zo is een monster in een griezelverhaal veel enger als de toehoorder zelf kan bedenken hoe het eruit ziet. De verteller zet het gevaar in enkele grote lijnen en met sprekende details neer, de luisteraar denkt er de rest bij. Op die manier geven de toehoorders mee vorm aan het verhaal. De handleiding van het Europese project ‘Sheherazade’ noemt dit zelfs expliciet een krachtige vorm van cocreatie. Een beklijvend verhaal is tweerichtingsverkeer waarin verbeelding een hoofdrol speelt.<sup>14</sup>

Kortom: verbeelding stimuleer je niet door alles vast te leggen en uit te spellen, maar juist door openheid te bieden. Dit betekent dus dat men zaken moet weglaten en moet zoeken naar een goede balans tussen abstractie en detail. Alleen op die manier is er ruimte voor (mentale) toevoegingen door de bezoeker.<sup>15</sup> In wat volgt belichten we twee extreme manieren om dit scenografisch aan te pakken. Aan de ene kant staat de absolute abstractie van de film *Dogville*, aan de andere kant de poëtische setting van *Once upon a Castle*. De ene keer ontbreekt het decor,

de andere keer zijn de hoofdpersonen afwezig. Radicale keuzes, die ons laten nadenken over wat er mogelijk is.

### **VERBEELDING DOOR EXTREME ABSTRACTIE: PROTAGONISTEN ZONDER DECOR (DOGVILLE)**

“Hoe abstracter de uitwerking van de vertelling, hoe meer gelegenheid er is voor eigen reflectie en interpretatie”, stelt Kossmann. Een tentoonstellingsmaker werkt best niet te letterlijk, maar laat zoveel mogelijk onnodige details weg. Zo maakt hij de boodschap universele en beklijvender.<sup>16</sup>

Een heel extreem voorbeeld van een dergelijke abstrahering is *Dogville* van Lars von Trier. In deze film komt Grace Mulligan, gespeeld door Nicole Kidman, terecht in een abstract dorp. De huizen zijn gemarkeerd met witte lijnen op de vloer, met hier en daar een markant decorstuk. De rest moet de kijker zelf aanvullen. Dat is de eerste helft van de film redelijk moeilijk, maar naarmate het verhaal aan intensiteit toeneemt en de acteerprestaties je meeslepen, heb je niet meer in de gaten dat je naar witte lijnen op een zwarte ondergrond kijkt. Je vult de ontbrekende stukken in en brengt het dorp zelf tot leven.

Het verhaal gaat uiteindelijk over de dunne en misschien onmogelijke grens tussen goed en kwaad, over onrecht en vergelding, jaloezie en angst. Diepmenselijke thema's die in allerlei contexten, culturen en gemeenschappen opduiken en een uitdaging bieden. Juist door de context niet weer te geven, wordt *Dogville* een soort *Elckerlyc*, een verhaal voor iedereen en over iedereen. De abstractie zorgt er bovendien voor dat je makkelijker dan bij een film over concrete situaties de link kan leggen met de eigen wereld en de eigen cultuur. In feite is de film één grote 'wat-als vraag': wat als dit verhaal zich in mijn tijd zou afspelen? (Al moet ook worden gezegd dat von Trier ons een handje helpt door bij de aftiteling expliciete beelden te tonen van afrekeningen en onrecht in de 20e eeuw.)

Musea kunnen ook fungeren als een soort van abstracte isolatieruimte; een *white cube* waarin erfgoedobjecten tegen een effen achtergrond gepresenteerd worden, zonder verdere context. Op die manier zou het algemeen menselijke verhaal beter uit de verf komen, is het idee. Bovendien zou men zo ook de creativiteit van de toeschouwer stimuleren. Die kan immers makkelijker de brug slaan naar andere contexten, tijdvakken en materialen.

Maar tegelijkertijd maakt het weglaten van alle context, het ook bijzonder moeilijk voor de toeschouwer om het verhaal achter de voorwerpen te ontdekken, en te kunnen begrijpen op welke manier deze objecten werden gemaakt en gebruikt. Het risico van een dergelijke aanpak is dat een museum steriel wordt, en geen betekenissen meer oproept, laat staan verbeelding. Net als Lars von Trier heb je sterke hoofdrolspelers nodig om hiermee weg te komen.

### **VERBEELDING DOOR EXTREME DETAILLERING: EEN DECOR ZONDER PROTAGONISTEN (GAASBEEK)**

Een radicaal andere aanpak is die van de onderdompeling. Kossmann omschrijft dit als “een tentoonstelling die de bezoeker mentaal absorbeert, de alledaagse werkelijkheid buitensluit en de ervaring biedt van een andere wereld”.<sup>17</sup> Zinnen die moeiteloos van toepassing zijn op *Once upon a Castle*. Een aanpak die wonderwel past bovendien bij de geschiedenis van dit kasteel. Want wilde Marie Arconati niet vooral een perfecte mise-en-scène creëren?<sup>18</sup> Was het niet de bedoeling om zichzelf en haar bezoekers het gevoel te geven dat ze in het verleden konden binnenstappen, dat ze een kijkje in de geschiedenis konden nemen, door hen de wereld van weleer in alle details, kleuren (en soms ook geuren) voor te schotelen?

Musea doen dat soms ook door stijlkamers te creëren, en de objecten zo in situ voor te stellen. Om dit zo goed en zo waarheidsgetrouw mogelijk te doen reconstrueren zij soms interieurs. Men kan daar ook vragen bij stellen: wat is echt en wat is authentiek in dit soort ensceneringen? En geeft men de bezoekers op deze manier niet (ongewild) het idee dat alles in het verleden mooier, rustiger en beter was? Pascal Gielen toonde het al aan: hoe meer esthetisering, hoe meer nostalgie.<sup>19</sup> En dit wordt vooral nog versterkt als men dit verleden bevolkt met sympathieke acteurs die de bezoekers meeslepen in een historisch verhaal.

Gaasbeek ontsnapt aan dit risico, omdat de tentoonstelling ruimte voor de verbeelding openlaat. Er wordt inderdaad veel ingekleurd en ingevuld met beeld, geluid en zelfs geur, maar de hoofdrolspelers blijven buiten beeld. Geen acteurs die de graaf van Egmont naspelen of Marie Payrat imiteren, wel de (letterlijk) grijze schimmen van de bedienden. Zij die al eeuwen in het kasteel wonen en er altijd zullen blijven, zei Bill Mitchell in een interview.<sup>20</sup> Gastheren en gastvrouwen zijn het, maar geen hoofdrolspelers. Die moeten we er zelf bij denken. Net de tegenovergestelde strategie als *Dogville* dus.

Het riep bij mij hetzelfde gevoel op als bij het bezoeken van schrijvershuizen: alsof de bewoner net even was weggegaan en je je kon voorstellen – of verbeel-

den – dat hij of zij meteen terug zou komen. Met als belangrijk verschil dat er in die huizen een grotere ‘kern van waarheid’ zit. Dat dergelijke musea nauwer bij de feiten aansluiten, terwijl het WildWorks-team de feiten slechts als een aanknopingspunt gebruikte om de eigen verbeelding op los te laten.

Want de cruciale vraag in dit project is wel: over wiens verbeelding hebben we het hier eigenlijk? Ligt het accent niet te veel op de verbeelding van Bill Mitchell en co? Door *clevere* ingrepen, zoals de dromerige zolder, de teksten op de muur en de keuken vol recepten is er ruimte gelaten voor de toevoegingen door de bezoeker. Hij of zij bepaalt ook zelf het ritme en het parcours. En kan te allen tijde stoppen, dralen en terugwandelen: een groot verschil met attracties in pretparken.

Maar niet alle bezoekers zullen hun verbeelding aan het werk zetten. Want het risico van een dergelijke aanpak blijft dat er te veel wordt ingevuld. Waar Lars von Trier voor *Dogville* op sterke acteurs kan rekenen, lukt dit experiment in Gaasbeek omdat er sterke scenografen bij betrokken waren. WildWorks beheerst het spelen met verbeelding tot in de puntjes, en maakt zo het verschil met Disney. Maar niet elk gedetailleerd decor stimuleert op een even vanzelfsprekende wijze de verbeelding.

## **KADERS VOOR VERBEELDING IN HET MUSEUM**

Verbeelding is een bijzondere vorm van reflectie. Eens ze werkt, zorgt verbeelding vaak voor een meer actieve beheersing van de inhoud en het stimuleert de creatieve zin. Op basis van verbeelding kan verandering tot stand komen. Musea kunnen verbeelding stimuleren door een balans te vinden tussen abstractie en detail, door goed na te denken over wat ze tonen en wat ze weglaten. En door een kader te scheppen waarbinnen bezoekers (mentaal) elementen kunnen toevoegen. Want, zoals ook voor andere vormen van participatie geldt, veel bezoekers hebben een duidelijk opstapje nodig om creatief te kunnen zijn.<sup>21</sup> Volgens mij zijn er vier soorten kaders die hierbij een rol kunnen spelen: metaforen, verrassingseffecten, vragen en ‘mijmerplekken’. Deze kaders zijn expliciet aanwezig in *Once upon a Castle*, maar musea kunnen ze ook op kleinere schaal inzetten.

### **METAFOREN**

Tentoonstellingsmaker Herman Kossmann pleit sterk voor het inzetten van metaforen om de verbeelding te stimuleren. Het gebruik van metaforen geeft losse delen meer samenhang en roept nieuwe vragen op. Bovendien zijn ze vaak

voor meerdere interpretaties vatbaar, wat de verbeelding extra ruimte geeft. In zijn boek geeft hij voorbeelden waarbij de moskee of het klaslokaal als metafoor zijn ingezet.<sup>22</sup> WildWorks vertrok van de metafoor van het sprekende kasteel, een gebouw dat vertelt over zijn geschiedenis. Binnen dit bredere kader koos Bill Mitchell voor elk personage ook voor een metafoor: die van het afscheid bij de graaf van Egmont, of het licht en de Toren van Babel bij Paul Asconati. Ook andere musea kiezen voor metaforen. Het Zeeuws Museum bijvoorbeeld zette enkele jaren geleden in op de metafoor van de winkel. Folkloristische kledij werd er uitgesteld als in een hippe New Yorkse modezaak, oude Romeinse juwelen werden tentoongesteld zoals juweliers dat doen. Dat riep meteen andere associaties bij de bezoeker op en zorgde ervoor dat hij of zij anders keek.

### **SPELEN MET VERWACHTINGSPATRONEN**

Aansluitend bij de metaforen is spelen met verwachtingspatronen van de bezoekers een belangrijk kader voor verbeelding. Het beeld van een klassieke museumpresentatie doorbreken, de bezoeker even op het verkeerde been zetten, dat is wat er gebeurt in *Once upon a Castle*. Het Rautenstrauch-Joest-Museum in Keulen speelt er op een andere manier mee en confronteert de bezoeker via verrassende presentaties met zijn vooroordelen. Bijvoorbeeld door hem een tweede blik te gunnen op Afrikaanse maskers. Ook Kossmann kwam verrassend uit de hoek in het *Dolhuys* in Haarlem, waar één ruimte donker werd gelaten en zo de angst van psychiatrische patiënten heel concreet maakt.<sup>23</sup> Een museumzaal zonder licht en objecten, het was vast even wennen. Een ander voorbeeld is het creëren van een confrontatie, van het onverwacht samenbrengen van voorwerpen die een spanning veroorzaken. Een techniek die ook Kossmann in zijn narratieve ruimte noemt<sup>24</sup> en die ook in *Once upon a Castle* in het kasteel van Gaasbeek aanwezig is.

### **ASSOCIATIEVE VRAGEN**

We kunnen ook andere, meer associatieve vragen gaan stellen aan de bezoekers. Al heel wat jaren leren we bezoekers beter naar erfgoed te kijken via een reeks tamelijk feitelijke vragen als wie, wat, waar en waarom. Recent gingen de Antwerpse musea aan de slag met *talking points*.<sup>25</sup> Hier gaat het niet om vragen, maar om stellingen om het gesprek in gang te zetten. Deze stellingen kunnen de verbeelding zeker een zetje geven, maar nog sterker zou zijn als we de bezoeker 'wat-als' vragen kunnen stellen. Dit kan op een heel expliciete manier gebeuren. Zo zet Museum Plantin-Moretus met 'Luisterogen' laaggeletterde bezoekers met associaties aan het werk. Zij krijgen een kaartenset met 'meerlagige' woorden zoals 'spiegel' of 'ik' en symbolen die ze moeten koppelen aan de kunstwerken.<sup>26</sup>



‘Wat als-vragen’ kunnen ook op een meer impliciete manier een rol spelen. Binnen *Once upon a Castle* moeten geluiden en poëtische teksten dergelijke vragen oproepen. Het Zeeuws Museum doet dat op kleinere schaal. Hier hoort men in de zaal met porselein op onverwachte momenten het geluid van een brekend bord. De bezoekers verstijven en stellen zich de vraag: wat als er hier nu iets breekt?

### **MIJMERPLEKKEN**

Een heel interessante plek in *Once upon a Castle* is de zolder, waar men zich kan uitstrekken op een brits en naar de zolder kan blikken, waar droombeelden voorbij trekken. Wat in een film onmogelijk is (zelfs in *Dogville*) lukt hier wel: rustpunten creëren waar mensen even kunnen mijmeren en nadenken. Ook verschillende kussentjes in Gaasbeek nodigen ons daartoe uit. Musea zouden dergelijk plekken van rust en stilte nog explicieter (en dromeriger?) kunnen inzetten om de reflectie ook letterlijk een plaats te geven –voor men naar de volgende zaal voortholt.

### **BESLUIT: WAT ALS WE MEER INZETTEN OP VERBEELDING?**

Wat als dit kasteel zou kunnen vertellen wat er allemaal gebeurd is? Wat als de vorige bewoners sporen hebben nagelaten in de ziel van het gebouw? En wat als we bezoekers daarvan konden laten proeven? Deze vragen vormden het uitgangspunt voor *Once upon a Castle*, een bijzondere tentoonstelling in het Kasteel van Gaasbeek. Deze encensering trekt radicaal de kaart van de verbeelding, en sluit daarmee aan bij recente theorieën die verbeelding als een belangrijke vaardigheid naar voren schuiven. Niet alleen als leer methode is verbeelding aangewezen, ook als de voorwaarde om visie en vernieuwing te ontwikkelen.

Verbeelding toelaten in tentoonstellingen betekent dat men ruimte openlaat voor reflectie en verdieping. De meeste musea doen dat via abstractie. Gaasbeek koos radicaal voor een andere weg: die van het gedetailleerde decor. Maar ook hier werd niet alles getoond: de makers kiezen voor een bepaalde focus en er is ruimte voor toevoegingen. Inzetten op verbeelding kan ook met kleinere ingrepen. Door te spelen met metaforen en verrassingseffecten bijvoorbeeld, door andere vragen te stellen of door ruimte te maken voor mijmerplekken.

Maar inzetten op verbeelding is niet zonder risico. Want ook al is verbeelding onlosmakelijk verbonden met het vertellen van een verhaal, het vraagt toch een

bijzondere houding. Het betekent immers hoe dan ook dat het museum de eigen autoriteit een beetje loslaat. Het houdt in dat tentoonstellingsmakers vragen oproepen en niet zelf alle antwoorden geven. Dit verandert de relatie tussen museum en bezoeker in die zin dat de bezoeker een gelijkwaardige rol krijgt toebedeeld. Bezoekers worden zo zelf ook vertellers, en kunnen er zo ook ‘naast zitten’.

Waarheid en authenticiteit worden zo relatieve begrippen, wat in de expositie *Once upon a Castle* heel sterk het geval is. Als museum de kaart trekken van de verbeelding betekent altijd het loslaten van vaste interpretatiekaders. Al hoeft dat niet in zo’n extreme mate te gebeuren als bij het kasteel van Gaasbeek het geval is.

Een open houding is dus een absolute voorwaarde. En dit geldt zowel voor het museum als voor de bezoekers. Want laten we eerlijk zijn, niet iedereen heeft evenveel verbeeldingskracht. Verrassingseffecten, metaforen en confrontaties sluiten niet aan bij ieders leerstijl. Doseer ze dus met mate.

---

Dr. Jacqueline van Leeuwen is stafmedewerker organisatieontwikkeling en vorming bij FARO.

Met dank aan collega Olga Van Oost.

1. R. LAERMANS & P. GIELEN, *Cultureel goed: over het (nieuwe) erfgoedregiem*. Leuven, 2005, pp. 188.
2. P. DE RYNCK, *De waarde van Cultuur, een onderzoek naar het meetbare en onmeetbare*. Brussel, 2014, p. 28; A. VAN DER HORST, M. DE GROOT, E. LAGENDIJK, *Meer dan waard: de maatschappelijke betekenis van musea*. Amsterdam, 2011, p. 28.
3. A. ODDING, *Het disruptieve museum*. Den Haag, 2011, p. 165.
4. A. DE BOTTON, *Religie voor atheïsten, een heidense gebruikersgids*. Amsterdam, 2011, pp. 237-238. Later werkte hij dit met John Armstrong verder uit in *Art as Therapy*. Londen, 2013.
5. KEIRAN EGAN: “The ability to think of things as possibly being so” geciteerd door L. BEDFORD, ‘Working in the Subjunctive Mood: Imagination and Museums’, in: *Curator: the Museum Journal*, 47 (2004), p. 6. Website van de onderzoeksgroep met meer informatie en achtergronden: [www.ierng.net](http://www.ierng.net)
6. L. BEDFORD, ‘Working in the Subjunctive

Mood: Imagination and Museums’, in: *Curator: the Museum Journal*, 47 (2004), p. 6. Zie ook: L. BEDFORD, *Working in the Subjunctive Mood: Exhibitions as Education, Imagination, and Aesthetic Experience*. Ohio, 2008.

7. M. FOLEY, *Embracing the Ordinary, Lessons from the Champions of every Day Life*. Londen, 2013.
8. J. VAN LEEUWEN, *Een halve hond heel denken: een boek over kijken*. Antwerpen, 2008.
9. M. SHANKS, *The archaeological imagination*. Walnut Creek, 2013, p. 25.
10. R. SENNETT, *De ambachtsman. De mens als maker*. Amsterdam, 2008.
11. N. SLANGEN, *Praten met reuzen: hoe je met leiders werkt en communiceert*. Leuven, 2009.
12. H. KOSSMANN, S. MULDER & F. DEN OUDSTEN, *De narratieve ruimte. Over de kunst van het tentoonstellen*. Rotterdam, 2012, p. 86 en 112.
13. A. SPAULDING, *The art of storytelling: telling truths through telling stories*. Lanham, 2011, p.8-19.
14. G. TILKIN (RED.), *Sheherazade, 1001 stories for adult learning*. Alden Biesen, 2013, p. 9-10.
15. Ook Valentijn Byvanck pleitte al voor die ruimte en openheid in *Kunst moet je voelen*. Middelburg, 2007.

16. H. KOSSMANN, S. MULDER & F. DEN OUDSTEN, *De narratieve ruimte. Over de kunst van het tentoonstellen*. Rotterdam, 2012, p. 212.
  17. H. KOSSMANN, S. MULDER & F. DEN OUDSTEN, *De narratieve ruimte. Over de kunst van het tentoonstellen*. Rotterdam, 2012, p. 86.
  18. Y. SCHOONJANS, 'De perfecte mise-en-scène', in: J. DE MAEYER (RED.), *Droomburchten en luchtkastelen*, Leuven, 2009, pp. 95-119.
  19. P. GIELEN, *De onbereikbare binnenkant van het verleden. Over de encenering van het culturele erfgoed*. Leuven, 2007.
  20. Zie: <http://cobra.be/cm/cobra/podium/140415-sa-onceuponacastle>
  21. N. SIMON, *The Participatory Museum*. Santa Cruz, 2010 ([www.participatorymuseum.org](http://www.participatorymuseum.org)). Zie ook de bespreking van de leesgroep die FARO hierover samenbracht: [www.faronet.be/node/47350](http://www.faronet.be/node/47350).
  22. H. KOSSMANN, S. MULDER & F. DEN OUDSTEN, *De narratieve ruimte. Over de kunst van het tentoonstellen*. Rotterdam, 2012, p. 112.
  23. H. KOSSMANN, S. MULDER & F. DEN OUDSTEN, *De narratieve ruimte. Over de kunst van het tentoonstellen*. Rotterdam, 2012, p. 87.
  24. H. KOSSMANN, S. MULDER & F. DEN OUDSTEN, *De narratieve ruimte. Over de kunst van het tentoonstellen*. Rotterdam, 2012, p. 122.
  25. Zie het FARO-dossier hierover met een bijdrage "Dialiegen" van Jan Staes en een aantal voorbeelden: [www.faronet.be/dossier/musea-in-dialoog/vertellen-over-objecten-talking-points](http://www.faronet.be/dossier/musea-in-dialoog/vertellen-over-objecten-talking-points).
  26. Zie: [www.museumplantinmoretus.be/Museum\\_PlantinMoretus\\_NL/PlantinMoretusNL/PlantinMoretusNL-Nieuws/Nieuws-Nieuws/Nieuws-2012/Luisterogen-in-het-museum.html](http://www.museumplantinmoretus.be/Museum_PlantinMoretus_NL/PlantinMoretusNL/PlantinMoretusNL-Nieuws/Nieuws-Nieuws/Nieuws-2012/Luisterogen-in-het-museum.html).
-

# ONCE UPON A CASTLE

## *Wat de bezoeker verwacht en wat de bezoeker krijgt*

ALEXANDER VANDER STICHELE

**H**et Kasteel van Gaasbeek profileert zich de voorbije jaren als erfgoedlaboratorium, als plaats waar men durft te experimenteren en waar nieuwe of andersoortige erfgoed- en kunstpraktijken kunnen en mogen uitgeprobeerd worden. Met *Once upon a Castle* is het niet anders. Samen met de mensen van WildWorks creëerde de ploeg van het kasteel een activiteit die noch tentoonstelling, noch theater, noch een living-historyproject is. In zijn bijdrage aan de catalogus<sup>1</sup> beschrijft directeur Luc Vanackere zijn eerste kennismaking met het oeuvre van WildWorks in Londen in 2010, wat het met hem deed en welke sterke indruk het op hem naliet. Op basis van deze ervaring contacteerde hij het Britse gezelschap met de vraag om ook in Gaasbeek een project te realiseren dat haaks staat op het traditionele verwachtingspatroon ten aanzien van historische sites. *Once upon a Castle* is hiervan het resultaat.

De premisse is dat men het traditionele verwachtingspatroon van de bezoeker overhoop kan gooien door het creëren van een overrompelend of onderdompelend ervaringstraject en de toeschouwer dermate dooreen kan schudden of weet te raken dat die zijn bezoek aan het kasteel nog veel intenser zal beleven en langer zal heugen dan gewoonlijk. Maar wat is het traditionele verwachtingspatroon van een modale kasteelbezoeker? Wat zijn diens bezoekmotieven: waarom komt hij en wat wil hij met zijn bezoek bereiken? En in welke mate worden deze verwachtingen nu gefnuikt of misschien net versterkt door een bezoek aan *Once upon a Castle*? In augustus 2014 heeft FARO een beperkt onderzoek hieromtrent uitgevoerd. We deden hiervoor een beroep op zelf verzamelde data via een bescheiden publieksonderzoek enerzijds en de achtergelaten reacties in de be-

zoekersboeken tussen 20 april en 24 augustus anderzijds. In wat volgt bespreken we eerst de resultaten van het publieksonderzoek om deze daarna verder in te kleuren op basis van het kwalitatieve onderzoeksmateriaal.

## IK BEZOEK VANDAAG HET KASTEEL OMDAT ...

Waarom bezoeken mensen een museum of een andere erfgoedlocatie zoals een historisch kasteel? Wat verwachten ze er te zien, te horen of te beleven? Hoe ervaren ze hun bezoek en wat nemen ze mee naar huis? Alhoewel er steeds meer erfgoedinstellingen en -locaties inzetten op kwantitatief en/of kwalitatief publieksonderzoek en alhoewel ook de academische interesse voor deze vragen gestaag toeneemt, blijft het aantal empirische studies naar de verwachtingen en ervaringen van erfgoedbezoekers al bij al beperkt (Kirchberg & Tröndle, 2012). De meeste publieksonderzoeken focussen immers nog al te veel op het louter socio-demografisch portretteren van hun bezoekers, het peilen naar de tevredenheid over diverse aspecten van de werking of het nagaan of hun communicatiestrategie zijn vruchten afwerpt. Het gericht in kaart brengen van zowel de bredere als de meer persoonlijke context van het erfgoedbezoek door bijvoorbeeld te peilen naar individuele bezoekmotieven en verwachtingen gebeurt nog veel te weinig (Dawson & Jensen, 2011; Falk, 2011 en Jensen, Dawson & Falk, 2011). Gezien het experimentele karakter van *Once upon a Castle* wilden wij wel eens weten hoe dat nu zit met de bezoekmotieven en verwachtingen van mensen die een historisch kasteel bezoeken en de mate waarin deze verwachtingen al dan niet worden ingelost door het project waar Gaasbeek in 2014 mee uitpakt. Om hier beter zicht op te krijgen, organiseerden we tijdens het weekend van 23 en 24 augustus 2014 een bescheiden publieksonderzoek waarbij we aan alle Nederlandstalige volwassenen ouder dan 16 vroegen om zowel voorafgaand als volgend op hun bezoek aan *Once upon a Castle* een korte vragenlijst in te vullen. Via de vragenlijst die de bezoekers voorafgaand aan hun bezoek mochten invullen (zie bijlage 1) peilden we naar hun bezoekmotieven en verwachtingen. Via de vragenlijst die ze na hun bezoek konden invullen (zie bijlage 2) gingen we na hoe de bezoekers *Once upon a Castle* ervaren hadden, in welke mate hun verwachtingen ingelost waren en wat ze uiteindelijk van het unieke erfgoedproject vonden.

Voor de constructie van onze vragenlijst baseerden we ons op de literatuur in verband met bezoekmotieven en museumervaringen. Zo suggereren Morris, Hargreaves, McIntyre (2005) op basis van hun uitgebreide onderzoekservaring

in het museumveld dat de bezoekmotieven en de daaraan gekoppelde verwachtingen kunnen onderverdeeld worden in vier algemene categorieën: sociale, intellectuele, emotionele en spirituele. Deze vier categorieën vormen samen een hiërarchisch model inzake motieven/verwachtingen, waarbij vooral de twee laatste categorieën – indien ingelost – kunnen leiden tot een veel rijkere museumervaring. Het IPOP-model van bezoekerservaringen zoals het uitgewerkt is door Pekarik et al. (2010 & 2014) en Schreiber et al. (2013) vertrekt dan weer van vier concepten – ‘*Ideas*’, ‘*People*’, ‘*Objects*’ en ‘*Physical*’ – om de verschillende redenen waarom mensen musea bezoeken te beschrijven alsook de manier waarop ze hun bezoek beleven en er betekenis aan geven. Ook in het literatuuroverzicht van Kirchberg & Tröndle (2012) of bij Dirsehan (2012) wordt gewag gemaakt van sociale ervaringen, objectgerelateerde of perceptieve ervaringen, cognitieve ervaringen, emotionele ervaringen, introspectieve ervaringen, gedragsmatige ervaringen ... die allemaal bepalen in welke mate het museumbezoek als ‘betekenisvol’ kan bestempeld worden.

Op basis van bovenstaande inzichten en eerdere onderzoekservaring ontwikkelden we een lijst van zestien items met mogelijke intrinsieke bezoekmotieven/verwachtingen; waarbij de respondenten vooraleer *Once upon a Castle* te bezoeken moesten aangeven in welke mate de motieven/verwachtingen in kwestie al dan niet belangrijk waren om die dag het kasteel te bezoeken. Om een breder en dus ook beter beeld van hun bezoek te kunnen schetsen, hadden we idealiter ook moeten peilen naar allerlei mogelijke extrinsieke motieven die er mee toe leidden dat ze beslisten om naar Gaasbeek af te zakken (bijv.: meegevraagd worden door anderen, een positieve kritiek gelezen, de publiciteit opgemerkt, door de aandacht in de media, aangeraden door iemand ...). Of we hadden kunnen peilen naar hun mentale en fysieke toestand (bijv.: voelden ze zich goed, zijn ze goed te been ...). Naast de intrinsieke motieven en verwachtingen bepalen de extrinsieke motieven en de mentale of fysieke ingesteldheid waarmee iemand komt en zijn/haar bezoek aanvat namelijk in grote mate de wijze waarop men een museum of erfgoedsite ervaart en beleeft (Dawson & Jensen, 2011). Om de bevraging niet nodeloos zwaar te maken en de respons te maximaliseren beperkten wij ons tot het bevragen van de mogelijke intrinsieke motieven/verwachtingen. Na hun bezoek werd voor elk van de zestien items nagegaan in welke mate de verwachtingen al dan niet ingelost waren. Door een vergelijking te maken tussen voor en na, in combinatie met de algehele evaluatie van *Once upon a Castle*, kunnen we nagaan hoe dit project gepercipieerd en beleefd werd en wat het teweegbracht bij de bezoeker.

Het spreekt voor zich dat ons onderzoek niet de pretentie heeft om definitieve uitspraken te doen over *Once upon a Castle*. Alhoewel we tijdens het weekend van 23-24 augustus 112 Nederlandstalige mensen ouder dan 16 bereid vonden om de enquête in te vullen, is de steekproef namelijk veel te klein om diepgaande analyses te kunnen op uitvoeren.<sup>2</sup> Bovendien is de steekproef wellicht niet representatief, gegeven het feit dat we slechts twee dagen enquêteerden tijdens de ganse periode dat *Once upon a Castle* loopt.<sup>3</sup> In ieder geval hopen we met onze analyse aan te tonen dat het peilen naar meer psychografische kenmerken van het publiek een zinvolle aanvulling kan leveren bij het klassieke publieksonderzoek.

Zoals we hierboven aangaven, ontwikkelden we onze itemlijst op basis van de inzichten uit de literatuur. Dit betekent dat we met ons meetinstrument diverse dimensies van de bezoekersverwachtingen probeerden in kaart te brengen. Om na te gaan of dit gelukt is, voerden we allereerst een principale componentenanalyse<sup>4</sup> uit op de vragenreeks waarmee we voorafgaand peilden naar de motieven/verwachtingen. Uit de analyse komt een vier-componentenoplossing als meest geschikt naar voren (zie bijlage 3). De eerste onderliggende component of bezoekdimensie bevat de vier items die verwijzen naar wat we zouden kunnen omschrijven als 'historisch cognitieve' motieven of verwachtingen. Mensen komen naar het Kasteel van Gaasbeek om geconfronteerd te worden met het verleden en om hierover iets op te steken. Een tweede onderliggende component bevat die items die peilen naar het meer 'reflexief-introspectieve karakter' van het kasteelbezoek. Via hetgeen mensen zullen zien en/of ervaren hopen ze een beter inzicht te verwerven in zichzelf en de wereld van vandaag. Een derde component kan dan weer in verband gebracht worden met het 'sublimerende' karakter van het kasteelbezoek. Door hetgeen de bezoekers ervaren, hopen ze zintuiglijk-emotioneel in die mate geprikkeld te worden dat ze even de alledaagse werkelijkheid achter zich kunnen laten en hun verbeeldingskracht zijn gang kunnen laten gaan. Uit de eerder aangehaalde literatuur blijkt dat het voornamelijk de 'reflexief-introspectieve' en de 'sublimerende' aspecten van een museumbezoek zijn die ervoor zullen zorgen dat dit bezoek als betekenisvol wordt ervaren en bijgevolg ook lang blijft nazinderen. De laatste onderliggende component inzake museummotieven of -verwachtingen is wellicht de meest basale. De 'sociale-ontspannende' dimensie van het kasteelbezoek betreft het feit dat mensen zich willen ontspannen, eventueel actief betrokken willen worden en dit liefst in het gezelschap van andere mensen. Vraag is of *Once upon a Castle* aan deze vier basisdimensies van het kasteelbezoek tegemoetkomt.

**TABEL 1:**

Percentage respondentent dat aangeeft dat een bepaald bezoekmotief 'belangrijk' of 'heel belangrijk' was in hun keuze om het Kasteel van Gaasbeek te bezoeken

(Zeer) belangrijk

1	Iets bijleren over kasteel en bewoners	75,2	*
2	Ervaren hoe mensen vroeger leefden en dachten	75,0	*
3	Even in totaal andere wereld vertoeven	66,7	**
4	Meer over verleden te weten komen	62,4	*
5	Nieuwe ideeën en inzichten opdoen	60,2	****
6	Om zich eens goed te ontspannen	60,0	***
7	Verbeelding geprikkeld en uitgedaagd	58,9	**
8	Bewondering voor wijze waarop mensen vroeger dingen maakten of deden	57,3	*
9	Samen met anderen dingen kunnen beleven	54,6	***
10	Zintuiglijk geprikkeld en uitgedaagd worden	52,8	**
11	Emotioneel geprikkeld en uitgedaagd worden	39,6	**
12	Specifieke interesse in concept <i>Once upon a Castle</i>	33,0	
13	Relevantie voor vandaag	32,7	****
14	Actief betrokken worden en zelf dingen doen	28,0	***
15	Kunnen nadenken over mezelf en mijn plaats in wereld	17,8	****
16	Beter inzicht in mezelf verkrijgen	10,3	****

\* 'Historisch-cognitieve' bezoekmotieven

\*\* 'Sublimerende' bezoekmotieven

\*\*\* 'Sociale-ontspannende' bezoekmotieven

\*\*\*\* 'Reflexief-introspectieve' bezoekmotieven

Alhoewel uit de principale componentenanalyse blijkt dat de verschillende bezoekmotieven zich laten reduceren tot vier basismotieven of -dimensies wil dit niet zeggen dat ze voor iedereen even belangrijk zijn. Wanneer we in tabel 1 kijken naar het percentage respondentent dat aangeeft een welbepaald motief 'belangrijk' of 'zeer belangrijk' te vinden, zien we namelijk heel duidelijk verschillen inzake belangrijkheid. Zo stellen we vast dat de overgrote meerderheid van de bezoekers die op 23 of 24 augustus 2014 onze enquête invulden de



‘historisch-cognitieve’ motieven als heel belangrijk beschouwt. Voor de meeste mensen hangt een kasteelbezoek dus nog altijd inherent samen met een confrontatie met het verleden en de behoefte om hier meer over te weten te komen. Omgekeerd zien we dat de meer reflexief-introspectieve dimensie van een kasteelbezoek door veel minder mensen als (zeer) belangrijk wordt ervaren. Het enige item van de reflexief-introspectieve component dat door nogal wat bezoekers als (zeer) belangrijk wordt beschouwd is het opdoen van nieuwe ideeën of inzichten. Dit is dan ook een meer algemene verwachting die eerder de cognitieve richting uitgaat. Alhoewel uit internationaal onderzoek (Morris, Hargreaves, McIntyre, 2005) blijkt dat de meer reflexief-introspectieve items inderdaad het type motieven is dat door minder museumbezoekers wordt aangehaald als ertoe doend, zou het boeiend zijn om na te gaan of er bijvoorbeeld verschillen zijn tussen types erfgoedinstellingen inzake het belang van dit type (maar ook de andere types) bezoekmotieven. Voor de meeste mensen is de afstand tussen het historische kasteellevens en het eigen leven wellicht te groot waardoor deze motieven sowieso aan belang inboeten, maar dat is zeker niet voor alle erfgoedinstellingen het geval. Het belang van de meer ‘sublimerende’ motieven om het Kasteel van Gaasbeek te bezoeken is meer gemengd. Zo bezoeken heel wat mensen het kasteel vanuit de idee dat ze een volledig andere wereld zullen binnentreden waar hun verbeelding en zintuigen ten volle zullen geprikkeld worden. Het aantal mensen dat echter ook emotioneel op sleeptouw wenst genomen te worden tijdens hun kasteelbezoek is in vergelijking behoorlijk laag. Dit is opnieuw een interessante vaststelling in het licht van het immersieve karakter van *Once upon a Castle*, waar het emotionele ook een belangrijke rol speelt. Dat het meer ‘sociale-ontspannende’ karakter van een kasteelbezoek niet mag onderschat worden blijkt uit het aantal mensen dat het (zeer) belangrijk vindt dat hun bezoek ontspannend is en hen toelaat om samen met anderen dingen te kunnen beleven. Dit wil echter niet noodzakelijk zeggen dat ze dan ook automatisch verwachten dat ze zelf aan de slag zullen mogen gaan of actief betrokken willen worden tijdens hun bezoek. Slechts een minderheid van de bevroegde bezoekers vond dit een (zeer) belangrijk bezoekmotief.

## DE ERVARING VAN ONCE UPON A CASTLE

Zoals we eerder al beschreven, werd aan de bezoekers van *Once upon a Castle* gevraagd om ook na hun bezoek een korte vragenlijst in te vullen. Via deze vragenlijst peilden we naar de wijze waarop ze het erfgoedexperiment ervoeren en

beoordeelden. Dit deden we onder meer door voor elk van de 16 vooraf gevraagde bezoermotieven/verwachtingen een stelling te formuleren waarmee de bezoekers al dan niet konden instemmen. Via deze stellingen gingen we na hoe ze het project *Once upon a Castle* ervoeren en konden we tegelijkertijd nagaan in welke mate het bezoek hun vooraf geformuleerde verwachtingen inlost. In tabel 2 geven we voor iedere stelling het percentage respondenten mee dat zegt 'eens' of 'volledig eens' te zijn met de stelling in kwestie. Uit de tabel blijkt dat ruim 83 % van de respondenten uit onze steekproef aangeeft dat ze zich goed hebben kunnen ontspannen tijdens hun bezoek aan *Once upon a Castle*. In vergelijking met de 60 % die aangaf dat ontspanning een 'belangrijke' tot 'zeer belangrijke' reden was om tijdens dat weekend naar Gaasbeek af te zakken, kunnen we zeggen dat het experimentele erfgoedproject zijn ontspannende functie meer dan waarmaakt. Dit geldt ook voor het sociale bezoermotief 'actief betrokken worden en zelf dingen kunnen doen'. Daar waar slechts 28 % dit een belangrijk bezoermotief vond, zien we in tabel 2 dat bijna 64 % instemt met de stelling dat ze tijdens hun bezoek voldoende mogelijkheden hadden om zelf dingen te mogen doen of uit te proberen. Ook op dat vlak scoort *Once upon a Castle* dus bijzonder goed. Enkel wat betreft het derde sociale motief 'samen met anderen dingen kunnen beleven' is er geen uitgesproken verschuiving. Daar waar ongeveer 55 % van de respondenten aangaven dat ze het (zeer) belangrijk vinden om tijdens hun bezoek samen met anderen iets te kunnen beleven, leert tabel 2 ons dat iets meer dan de helft van onze steekproef (volledig) instemt met de stelling dat *Once upon a Castle* een ervaring is die je samen met anderen deelt, ook al ken je hen niet. De ervaring van het samen iets ervaren is natuurlijk sterk afhankelijk van het aantal bezoekers, het gezelschap waar je eventueel mee gekomen bent, de aanwezige historische personages ... Misschien zou een bevraging die loopt over de ganse duur van het project, met drukke en minder drukke dagen, een enigszins ander beeld geven.

**TABEL 2:**

Percentage respondenten dat aangeeft 'eens' of 'volledig eens' te zijn met de stellingen over het Kasteel van Gaasbeek en *Once upon a Castle*.

		(Volledig) eens	
1	Heb mij eens goed kunnen ontspannen	83,0	***
2	Ben zintuiglijk geprikkeld en uitgedaagd	82,7	**
3	Concept <i>Once upon a Castle</i> geslaagd	82,2	
4	Heb even in totaal andere wereld vertoefd	72,5	**

5	Heb iets bijgeleerd over kasteel en bewoners	68,4	*
6	Stond geregeld in bewondering voor wijze waarop mensen vroeger dingen maakten of deden	67,3	*
7	Heb ervaren hoe mensen vroeger leefden en dachten	63,7	*
8	Ben actief betrokken en heb zelf dingen kunnen doen	63,4	***
9	Verbeelding werd geprikkeld en uitgedaagd	59,0	**
10	Ben emotioneel geprikkeld en uitgedaagd	55,4	**
11	Ben meer over verleden te weten gekomen	52,5	*
12	Samen met anderen dingen kunnen beleven	51,5	***
13	Overeenkomsten tussen getoonde en samenleving vandaag	39,6	****
14	Heb nieuwe ideeën en inzichten opgedaan	33,7	****
15	Heb kunnen nadenken over mezelf en mijn plaats in wereld	22,0	****
16	Beter inzicht in mezelf verkregen	15,2	****

\* 'Historisch-cognitieve' bezoekmotieven

\*\* 'Sublimerende' bezoekmotieven

\*\*\* 'Sociale-ontspannende' bezoekmotieven

\*\*\*\* 'Reflexief-introspectieve' bezoekmotieven

Bij het bekijken van tabel 2 zien we dat de stelling waar het tweede meest respondenten mee instemmen deze is die gaat over de zintuiglijke aantrekkingskracht van *Once upon a Castle* (82,7 %). Die blijkt zeer groot te zijn en de verwachtingen sterk te overstijgen. Slechts een goede helft van de respondenten vond het voorafgaand aan hun bezoek immers (zeer) belangrijk dat ze voldoende zintuiglijk geprikkeld en uitgedaagd zouden worden. Het immersieve karakter van *Once upon a Castle* komt ook mooi tot uiting wanneer we nagaan hoeveel mensen instemmen met de stelling dat ze tijdens hun bezoek even in een totaal andere wereld konden vertoeven. Niet minder dan 3 op 4 bezoekers is het hier (volledig) mee eens. Bij heel wat bezoekers resulteert dit ook in de erkenning dat hun verbeeldingskracht sterk werd aangesproken tijdens hun bezoek. Bovendien geeft meer dan de helft van de bezoekers uit onze steekproef aan dat ze tijdens hun tocht door het kasteel emotioneel geprikkeld en uitgedaagd werden. Dit pleit ook weer voor *Once upon a Castle* want, zoals bleek uit tabel 1, vond slechts een minderheid van de bezoekers dit een (zeer) belangrijk motief om de opstelling te bezoeken. Deze hoge instemmingspercentages zijn ook heel mooi vanuit de idee dat de meer sublimerende

dimensies van een museumbezoek sterk kunnen bijdragen tot de positieve ervaring en de doorheen de tijd gerealiseerde leer- en herinneringseffecten die samengaan met het bezoek.<sup>5</sup>

Ook de meer reflexief-introspectieve momenten die gepaard kunnen gaan met een bezoek aan een museum of erfgoedsite kunnen de totale ervaring versterken, verdiepen en meer betekenisvol maken waardoor deze ook langer zal resoneren en doorwerken. Zoals we hierboven reeds aangaven, blijken deze momenten wel het minst verwacht door de bezoeker. Ze zijn ook het moeilijkst realiseerbaar voor een tentoonstellingsmaker. Dit blijkt ook uit onze bevindingen. Alhoewel er iets meer respondenten instemden met de stellingen dat *Once upon a Castle* aanleiding gaf tot reflectie over het zelf en de wereld waarin men leeft dan dat er respondenten aangaven hieromtrent hoge verwachtingen te hebben, blijven de instemmingspercentages voor deze stellingen de laagste van allemaal. Bovendien blijken er beduidend minder (33,7 %) respondenten in te stemmen met de stelling dat ze doorheen het parcours van *Once upon a Castle* nieuwe inzichten of ideeën hebben opgedaan dan dat er aangaven dit een belangrijke bezoekreiden te vinden (60,2 %). Op dit vlak komt het experimentele erfgoedproject blijkbaar minder tegemoet aan de verwachtingen.

Dit is eveneens het geval voor de hier nauw bij aansluitende 'historisch-cognitieve' verwachtingen. Daar waar de overgrote meerderheid van de bezoekers het (zeer) belangrijk vond om tijdens hun kasteelbezoek met het verleden geconfronteerd te worden, dit verleden te kunnen ervaren en hierover te kunnen bijleren, zien we in tabel 2 dat *Once upon a Castle* hier blijkbaar wat tekortschiet. Er gaan namelijk (veel) minder mensen akkoord met de stellingen die hierop betrekking hebben dan dat er aangaven dit (zeer) belangrijk te vinden. Enkel wat betreft de bewondering voor de wijze waarop mensen vroeger dingen maakten of deden, zien we een tegengesteld patroon.

Ondanks het feit dat een deel van de bezoekers die de vragenlijst hebben ingevuld wellicht minder over het verleden te weten komt dan ze aanvankelijk verwachtten, wordt het project *Once upon a Castle* wel erg positief gewaardeerd. Zo zien we dat 82,2 % van de respondenten uit onze steekproef (volledig) eens is met de stelling dat *Once upon a Castle* een geslaagd concept is. Bij diegenen die speciaal naar het Kasteel van Gaasbeek afzakten vanwege een specifieke interesse in het concept van *Once upon a Castle* (33 % van onze respondenten) gaat zelfs bijna iedereen (97 %) akkoord met deze stelling. Hun verwachtingen werden dus zeker

ingelost.<sup>6</sup> Dit blijkt ook uit hun algemene tevredenheidsscore met betrekking tot de opstelling. Niet minder dan 31,3 % van deze specifieke subgroep onder het publiek geeft aan 'uiterst tevreden' te zijn over hun bezoek, terwijl nog eens 53,1 % zegt 'heel tevreden' te zijn en 9,4 % het bij 'tevreden' houdt. Bij de totale steekproef liggen deze cijfers respectievelijk op 20,4 %, 44,7 % en 22,3 %. In verhouding tot het aantal (zeer) tevreden bezoekers ligt het aantal ontevredenen dus eerder aan de lage kant.

## CONTEXT EN VERDIEPING: DE BEZOEKERSBOEKEN

Bezoekersboeken zijn vreemde dingen. Doorgaans liggen ze in ieder museum, op iedere tentoonstelling of bij iedere erfgoed-site. Het is een van de meest courante en spontane vormen van feedback, dus stof voor kwalitatief publieksonderzoek, maar toch wordt er nauwelijks iets mee gedaan. Het is dan ook moeilijk om literatuur te vinden waar een grondige analyse van bezoekersboeken centraal staat. Hiervoor zijn een aantal redenen aan te halen. Vooreerst is er het feit dat een systematische kwalitatieve data-analyse heel intensief is en veel tijd en kunde vraagt. Soms hoor je mensen uit het erfgoedveld zeggen dat ze bijvoorbeeld liever aan kwalitatief publieksonderzoek doen dan aan kwantitatief omdat dat minder moeilijk is en minder werk vraagt. Niets is minder waar. Een goed uitgevoerd kwalitatief publieksonderzoek vraagt net zo goed tijd en expertise. Bovendien verzamel je al vlug zo'n hoop kwalitatieve data dat je door de bomen het bos niet meer ziet. Hoe vat je een systematische analyse van interviewgegevens, rondetafelgesprekken, open vragen in enquêtes of bezoekersboeken aan? Een dataset op basis van een enquête met gesloten vragen die zich al bij al gemakkelijk laat beschrijven via concrete getallen en grafieken lijkt dan plots een wandeling door het park. Bovendien lijken cijfers en grafieken behoorlijk objectief terwijl een kwalitatieve data-analyse en de daaruit afkomstige resultaten veel meer kampen met een zweem van subjectiviteit, waardoor ze vaker onderhevig zijn aan kritiek. Ondanks deze bezwaren kunnen bezoekersboeken heel wat interessante en verdiepende inzichten opleveren over de bezoekers van je instelling, tentoonstelling of erfgoedproject. In tegenstelling tot enquêtes kunnen bezoekers in een bezoekersboek in alle vrijheid, openheid en eigen woorden weergeven wat hun ervaring was. Ze krijgen dan ook alle kans om zichzelf te positioneren tegenover hetgeen ze beleefd of gezien hebben (de inhoud), tegenover diegene(n) die verantwoordelijk is/zijn voor hetgeen ze beleefd hebben, maar ook tegenover de andere bezoekers die al dan niet zelf iets in het bezoekersboek hebben nagelaten.

Dat dit soms heel mooi onderzoeksmateriaal oplevert, blijkt onder meer uit twee mooie casestudies die de voorbije jaren verschenen zijn: *Accessing audiences: Visiting visitor books* van Sharon McDonald (2005) en *What the books say – the usefulness of visitor books as a research source* van Joanne Hemilton (2013). Wij baseerden ons op beide studies voor een rudimentaire analyse van zowel de bezoekersboeken van Gaasbeek als van de korte evaluatiekaartjes die de bezoekers konden invullen volgend op hun bezoek. We wilden hierbij vooral nagaan of we de vier onderliggende dimensies die met het bezoek gepaard gaan ook konden terugvinden in de reacties in de bezoekersboeken en zo wat meer kwalitatief onderbouwen.

Hoeveel procent van de bezoekers van *Once upon a Castle* het bezoekersboek invullen weten we niet. Het boek ligt in ieder geval duidelijk zichtbaar aan het einde van het parcours, net voor je als bezoeker weer naar buiten gaat. Dat sedert het begin van het project wel al heel wat bezoekers een reactie in het boek hadden achtergelaten blijkt uit het feit dat we eind augustus drie forse bezoekersboeken vol met reacties meekregen om te analyseren. We stelden net zoals McDonald en Hemilton vast dat het merendeel van de reacties korte evaluatieve omschrijvingen zijn van één of hoogstens enkele woorden. Het aantal langere passages van enkele zinnen, waarin een iets meer doordachte reflectie over *Once upon a Castle* aan bod kwam, is beperkt. Toch zijn er doorheen de bezoekersboeken heel wat van dergelijke reacties te vinden. Verder stelden we effectief vast dat mensen zich in hun commentaren verschillend positioneren. Velen spreken zich in algemene termen uit over het project *Once upon a Castle*, waarbij ze het voornamelijk hebben over hun eigen ervaring. Anderen richten zich in hun reacties tot de protagonisten van de opstelling: het Kasteel van Gaasbeek, de graaf van Egmont, Paul Arconati en markiezin Arconati Visconti. Nog anderen adresseren zich tot de mensen van WildWorks, de museumstaf en de figuranten die het kasteel bevolkten, terwijl er ook sommigen het woord richten tot de subsidiërende overheid. Doorgaans betreft die laatste groep (zeer) ontevreden bezoekers die het een zonde vinden van de subsidies of het belastinggeld. Ten slotte zijn er ook bezoekers die reageren op commentaren die anderen nalieten of die hierop voortborduren. Uit de bezoekersboeken valt ook de internationale aantrekkingskracht van het *Once upon a Castle*-project op. Niet alleen laten heel wat bezoekers impliciet of expliciet weten waar ze vandaan komen. Ook het grote aantal niet-Nederlands-talige reacties valt op. Enerzijds is dat te wijten aan het niet-onaanzienlijke deel Franstalige landgenoten en buitenlanders die het kasteel bezoeken. Anderzijds zou het kunnen zijn dat buitenlandse bezoekers vlugger naar de pen grijpen dan binnenlandse. Dit valt te onderzoeken.

Wij gingen een paar keer systematisch door de bezoekersboeken en plaatsten bij iedere reactie die verband hield met een of meerdere van de basisdimensies van het kasteelbezoek (zie de principale componentenanalyse die hierboven besproken wordt) een code of aantekening. Zo kregen we per basisdimensie grosso modo een overzicht van het aantal (types) reacties evenals van de teneur van deze reacties. We bekeken namelijk ook nauwgezet de evaluatieve aard van de reacties. Deze gingen van (heel) negatief (een minderheid) tot (heel) positief (de meerderheid van de reacties). In wat volgt bespreken we kort de vier basisdimensies zoals ze ervaren werden door de bezoekers. We geven er telkens een aantal exemplarische reacties bij.

### **DE SOCIAAL-ONTSPANNENDE DIMENSIE VAN HET BEZOEK**

De basisdimensie die aan bijna ieder vrijetijdsbezoek ten grondslag ligt is de sociaal-ontspannende. Mensen gaan ergens heen, nemen ergens aan deel of bezoeken iets in de eerste plaats omdat ze zich willen ontspannen. En dit doen ze graag in het gezelschap van anderen, bekenden of onbekenden. Velen komen dan ook in gezelschap naar het Kasteel van Gaasbeek: met hun partner, met het gezin, met vrienden ... Dit blijkt ook uit de ondertekening bij de reacties in de bezoekersboeken. Dat de meeste bezoekers aan *Once upon a Castle* hun bezoek als ontspannend ervaren bleek al heel duidelijk uit de analyse van de bezoekersenquête. Ook uit de bezoekersboeken valt heel duidelijk af te leiden dat de overgrote meerderheid van de bezoekers enorm geniet van hun bezoek aan het erfgoedexperiment en dit van klein naar groot. De boeken staan vol met statements als:

*“Wij hebben een superleuke tijd gehad en veel bijgeleerd. Dankjewel.” S ⊕ M*

*“Het was super. Heel apart. Het kasteel kwam tot leven.” C, B, J ⊕ M*

*“Ik heb met volle teugen genoten. Dank u wel.” A.*

*“Een heerlijke belevenis.” K.*

*“Dikke dank u. Super ook voor de kleinsten.” M.*

*“Mooi! Eindelijk een kasteel zonder strenge opzichters, maar met vele uitnodigingen. Proficiat”*

*“Dit is het allerleukste kasteel dat we ooit bezochten. Fantastisch gewoon. Schitterend concept. Echt tof.” Familie S. – Wilrijk – 12/07/2014*

Uit deze reacties, die vaak heel kort zijn, blijkt overduidelijk dat de meeste mensen die de bezoekersboeken invulden hun bezoek aan *Once upon a Castle* (heel)

positief evalueerden. Mensen hebben een fijne tijd gehad en willen dit meedelen via een korte schriftelijke reactie.<sup>7</sup> Opvallend hierbij is dat heel vaak de woorden ‘ervaring’ of ‘belevenis’ vallen, wat er op wijst dat het erfgoedexperiment waar het Kasteel van Gaasbeek mee uitpakt meer is dan een gewone tentoonstelling of een regulier erfgoedproject. Dit is dan ook een van de sterkten van *Once upon a Castle*. In onze hedendaagse, sterk concurrentiële vrijetijdscultuur komt het belevingsaspect immers steeds meer op de voorgrond te staan (Dirsehan, 2012). Mensen gaan bewust op zoek naar die activiteiten waarvan ze veronderstellen dat ze hen een betekenisvolle ervaring zullen schenken. Wanneer deze ervaring de verwachtingen nog overtreft, is de tevredenheid heel groot. Zoals we hierna nog zullen zien slaagt *Once upon a Castle* hier heel goed in, alhoewel er ook de onvermijdelijke tegenstanders zijn die dergelijke projecten als een teken van cultureel verval zien dat de (veronderstelde of ingebeelde) authenticiteit van het kasteel aantast.

### **DE HISTORISCH-COGNITIEVE DIMENSIE VAN HET BEZOEK**

Uit tabel 1, waarin we het belang van de verschillende bezoekmotieven en dito verwachtingen bespraken, bleek duidelijk dat de historisch-cognitieve motieven heel belangrijk zijn bij het bezoek van een historische site zoals een kasteel. Mensen willen iets leren over het verleden en liefst ook een of andere vorm van historische sensatie gewaarworden. Uit onze verdere analyse bleek echter dat deze verwachtingen tijdens *Once upon a Castle* niet helemaal werden ingelost. Wanneer we nagaan in welke mate de historisch-cognitieve aspecten van het kasteelbezoek aan bod komen in de bezoekersboeken, dan stellen we vooreerst vast dat deze in het geheel van de reacties eerder afwezig zijn. Nu en dan kom je doorheen de bezoekersboeken een summier “leerrijk” tegen, een iets uitgebreider “Wij hebben erg genoten en veel geleerd van de historie” of een nogal algemeen “Het was een boeiende reis doorheen de geschiedenis”. Veel verder wordt doorgaans niet ingegaan op de historisch-cognitieve kant van het bezoek, tenzij dan in negatieve termen. Alhoewel het aantal negatieve reacties op het totaal van alle reacties eerder beperkt is, gaan deze vaak en zeer manifest over het gebrek aan historische duiding. Dit kan zowel gaan over de geschiedenis van het kasteel in het algemeen, de specifieke bewoners of de zaken die er te zien zijn. Ondanks het feit dat *Once upon a Castle* vertrekt van het levensverhaal van drie historische kasteelbezoekers, volstaat dit voor een deel van het publiek niet om hun honger naar historische kennis in verband met het kasteel te stillen. Nogal wat negatieve reacties gaan dan ook over het ‘inhoudsloze karakter’ van het erfgoedproject:



*“En visitant le chateau je veux découvrir sa beauté et son histoire. Je n’ai trouvé que laideur et vide de sens.” F.*

*“Geen idee wat het doel was van het concept. Liever meer historische achtergrond bij de kamers en de kamers graag in hun originele context leren kennen. Geen idee wat de kamerbenamingen te maken hadden met het kasteel. De relevantie van de historische personages kwam ook niet tot uiting.”*

*“Dommage qu’il n’y a pas d’explications historiques. Mise-en-scène est kitch, bizarre et très sombre. C’est décevant.”*

Mensen die een klassiek kasteelbezoek verwachten waarbij ze alles te weten zullen komen over het gebouw, zijn geschiedenis, inwoners en inhoud komen bij het project *Once upon a Castle* dan ook van een kale reis thuis. Maar ook mensen die wel genoten hebben van de ervaring die het erfgoedproject biedt zijn soms teleurgesteld over het gebrek aan (historische) duiding bij hetgeen te zien is op het parcours van *Once upon a Castle*:

*“Schitterend en interessant. Spijtig dat er niet overal uitleg van de schilderijen en voorwerpen was.” F.D. – Antwerpen*

Het klopt dan ook wel dat de bezoeker, buiten de enveloppe die hij/zij aan het begin van zijn/haar bezoek meekrijgt, verder een beetje aan zijn/haar lot wordt overgelaten inzake historische duiding. Zeker mensen die de bredere historische context waarin de drie protagonisten leefden niet kennen of bepaalde zaken die er te zien of te horen zijn niet kunnen thuisbrengen, missen wellicht een (groot) deel van het verhaal dat WildWorks wenst te vertellen. Ook de gegendste rondleidingen speelden blijkbaar niet (altijd) op deze behoefte van een deel van het publiek in.

*“Once upon a Castle implies telling the story of the castle, but we have learned nothing of its history from the tour, nor about the people who shaped it, nor about its restoration. We don’t even know which are the oldest parts of the castle. This tour tells more about the designers than about the castle. A missed opportunity.”*

## **DE SUBLIMERENDE DIMENSIE VAN HET BEZOEK**

Naast het feit dat mensen tijdens hun kasteelbezoek iets willen bijleren en willen ervaren hoe hun soortgenoten vroeger leefden, verwachten velen ook zintuiglijk en/of emotioneel in die mate geprikkeld te worden dat ze even de dagdagelijkse realiteit achter zich kunnen laten. Gegeven hun (voor de overgrote meerderheid van de bevolking) niet-alledaagse karakter en hun connotatie met kasteelheren,

ridders, prinsessen ... beschikken kastelen sowieso over heel wat troeven om de bezoeker te prikkelen en in een andere sfeer te brengen. Het project *Once upon a Castle* doet hier echter nog een flinke schep bovenop. Door de uitgekende misen-scène, het werken met zowel beeld als geluid, het laten opdraven van figuren en het uitdagen van de bezoeker om zelf dingen te doen wordt de bezoeker aan het project op velerlei wijze aangesproken. We spraken eerder al van een immersief project, waar je als bezoeker totaal in opgaat of zou moeten opgaan. Dat immersieve karakter komt dan ook volop tot uiting in de bezoekersboeken. Zoals we reeds aangaven, ervaart het merendeel van de bezoekers zijn of haar bezoek als heel positief, als een belevenis of bijzondere ervaring. Veelvoorkomende woorden of korte statements in deze context zijn zaken als: “Wondermooi”, “Heerlijk weggedroomd”, “Subliem”, “Sprookjesachtig”, “Inspirerend” ... Dit wijst erop dat de mensen van WildWorks de sublimerende dimensie van het bezoek ten volle hebben uitgespeeld. De bezoeker werd niet enkel zintuiglijk-esthetisch maar ook emotioneel sterk aangesproken. Bovendien gaven het parcours en de wijze waarop het geconcipieerd is, de bezoeker voldoende mogelijkheden om weg te dromen en zijn/haar verbeeldingskracht aan te spreken.<sup>8</sup> Heel wat bezoekers probeerden deze ervaring in woorden te gieten:

*“Thank you for creating a Time Machine! Five senses all stimulated at once and the emotions created stirred our soul. Thank you for truly sharing with us a piece of the past and the lives of its inhabitants.”* B.T. – 21/04/2014

*“Ongelooflijk schoon! Proficiat! De sferen, de animatie, de kleuren en compilaties van zintuigen zijn overweldigend. Het verdient applaus.”* R.

*“Een vrije ervaring en een uitnodiging om opnieuw te dromen.”* L.T.

*“Dit was een krachtige remedie tegen de grijsheid van het bestaan.”* K.

*“Mooi, mooi! We waanden ons kasteelheer en kasteeldame. En nu ... terug in de tijd. Ja, ja, de klok tikt. Van harte dank!”* X. en H – 09/05/14

Uit verschillende reacties in de bezoekersboeken blijkt trouwens ook dat nogal wat bezoekers aangenaam verrast waren door het ganse project. Ze hadden het helemaal niet verwacht. Nogal wat mensen hielden bijvoorbeeld erg van het ietwat “mysterieuze” en “speciale” karakter van *Once upon a Castle*. Een dergelijke positieve omkering van het verwachtingspatroon leidt doorgaans tot een veel sterkere ervaring en kan ervoor zorgen dat het bezoek veel langer blijft doorwerken dan een doorsneebezoek (Pekarik et al., 2014). De opmerking dat ze hun bezoek aan het kasteel nooit zullen vergeten werd door verschillende bezoekers

expliciet gemaakt in de bezoekersboeken. Dit wijst toch op de kracht van de ervaring.

Dat de encensering van *Once upon a Castle* sterk inspeelde op het gemoed en niet altijd op een fijne manier – denk maar aan de kamers over de graaf van Egmont – blijkt ook uit de reacties van de jongere bezoekers:

*“Het was spannend, speciaal, leerzaam. Vaarwel. xxx” Prinses Angelique*

*“Ik vond het heel leuk. Maar soms een beetje eng.” Juliet*

*“Eerst eng, daarna leuk.” 04/05/14*

*“Veel te eng voor Rosanne. Veel traantjes.”*

*“J’ai eu peur (et d’autres enfants aussi)” Lucile, 9 ans*

Het feit dat het parcours zeer “eng” en “spannend” is zal wellicht de meest neergepende reactie zijn van de kinderen zelf of hun ouders. Velen onder hen zullen tijdens hun tocht doorheen het kasteel soms echt bang geweest zijn, ook al genoten ze er in het algemeen van en gingen ze met een positief gevoel naar huis. Voor hen fungeert het bezoekersboek als het ware als een uitlaatklep via dewelke ze hun doorstane angsten een plaats kunnen en mogen geven. Uit een aantal reacties bleek de ganse ervaring ook behoorlijk moeilijk dragen voor mensen met psychische problemen.

Naast de zeer vele positieve reacties en de uitgesproken ervaringen van de kinderen vonden sommigen dus ook helemaal niets aan het experimentele erfgoedproject. Zie bijvoorbeeld de reactie boven waarin gewag wordt gemaakt van kitsch. Anderen spreken van Disneyland of bestempelen het project als symptomatisch voor onze spektakelmaatschappij:

*“Une nouvelle étape dans notre société de spectacle est franchie ici! Pauvre chateau, pauvre personnel obligé de jouer un rôle! Grottesque et affligeant.” P-Y.*

Dergelijke reacties, ook al is het een minderheid, zijn wellicht onvermijdelijk bij een erfgoedexperiment als *Once upon a Castle*. Ze geven wel goed aan welk delicaat evenwicht de museumstaf dient te bewaken om hun sérieux en geloofwaardigheid bij een deel van het publiek te bewaren.

## DE REFLEXIEF-INTROSPECTIEVE DIMENSIE VAN HET BEZOEK

Uit de analyse van de bezoekmotieven bleek dat slechts weinig bezoekers verwachten dat ze via een kasteelbezoek op een of andere manier met zichzelf geconfronteerd zullen worden waardoor ze bijvoorbeeld beter inzicht in zichzelf verkrijgen of zichzelf op een andere manier zullen bekijken of ervaren. Of dat ze tijdens hun bezoek inzichten kunnen of zullen verwerven die relevant zijn voor hun leven vandaag of voor de bredere samenleving. Uit de analyse van de vragenlijst die ze na hun bezoek invulden bleek trouwens dat slechts een beperkte groep van de respondenten uit onze steekproef dergelijke reflexieve-introspectieve ervaringen had tijdens hun bezoek aan *Once upon a Castle*. Vreemd is dit niet, want dergelijke ervaringen zijn volgens Morris, Hargreaves, McIntyre (2005) de minst voorkomende. Tegelijkertijd zijn het volgens hen wel de meest ingrijpende en betekenisvolle ervaringen. Mensen die dergelijke ervaringen hebben tijdens hun kasteelbezoek zullen dus een veel rijkere ervaring hebben dan zij die bijvoorbeeld enkel historisch-cognitieve en/of sublimerende ervaringen hebben. Dat dergelijke ervaringen niet vaak voorkomen blijkt ook uit onze analyse van de bezoekersboeken. Slechts enkele bezoekers die een reactie nalieten verwijzen expliciet naar reflexief-introspectieve ervaringen tijdens hun bezoek.

*“Nous venons de faire un merveilleux voyage à travers d’émotions, de dessins, de pensées, de confrontations avec nous-mêmes. Ici tout est poésie, amour, détail, partage,... Marie Peyrat serait bien fière... et quelque part nous avons senti sa présence. Merci pour le plaisir partagé.” K ⊕ D – Dilbeek*

*“Eine wahnsinnig schöne, abwechslungsreiche und zum nachdenken anregende Ausstellung. Danke” E + K*

*“De geschiedenis kruipt in je vel. We hopen allemaal dat het foute uit het verleden niet meer kan gebeuren. Helaas... wat brengt ons het dagelijks nieuws? We leren nooit genoeg.” H. 21/07/2014*

Uit deze reacties blijkt dat *Once upon a Castle* voor een deel van het publiek wel voldoende elementen bevat die hen tot nadenken doen stemmen over zichzelf en de bredere samenleving. Wellicht zal dit bij andere bezoekers ook wel op een meer impliciete wijze gebeuren of komt de ervaring pas achteraf indien het bezoek blijft doorwerken of resoneren. In tegenstelling tot andere erfgoedsites (bijvoorbeeld: specifieke (cultuur)historische musea, oorlogsmemorials ...) valt de link tussen heden en verleden, het zelf en hetgeen men ervaart misschien ook moeilijker te leggen in een kasteel. Bovendien komt ook niet iedereen even ge-

makkelijk tot reflexief-introspectieve ervaringen. Vaak veronderstellen deze een zekere mate van vertrouwdheid met de materie, maar ook een zekere mate van maturiteit en (zelf)kritische reflex. Dat is niet iedereen gegeven en het kan per persoon ook verschillen van context tot context. Vandaar dat Morris, Hargreaves en McIntyre dit soort ervaringen ook helemaal bovenaan hun piramide van bezoekmotieven plaatsen. Eerst dienen de andere basisbehoeften gerealiseerd te worden vooraleer men kan komen tot wat zij de meer 'spirituele' behoeften noemen. Bovenstaande reacties maken wel duidelijk dat *Once upon a Castle* een meerlagig project is waarbij niet iedereen dezelfde diepgaande of betekenisvolle ervaring heeft. En op zich is dat niet erg en zelfs volkomen normaal. Wat voor de ene betekenisvol is, hoeft dit niet te zijn voor de andere (gelukkig maar!). Belangrijk is wel dat er binnen ieder erfgoedproject voldoende rekening wordt gehouden met de verschillende verwachtingspatronen van diverse (deel)publieken zodat iedereen op zijn minst in staat is om die verwachtingen in te lossen waarvoor men gekomen is. Uit onze analyse komt naar voren dat *Once upon a Castle* hier grotendeels in slaagt. Enkel de historisch-cognitieve verwachtingen worden niet helemaal waargemaakt. Waar het project van Gaasbeek wel heel goed in slaagt, is om een duidelijke verschuiving in positieve zin teweeg te brengen tussen hetgeen men verwacht en hetgeen men uiteindelijk beleeft. Uit zowel de analyses van de enquête als deze van de bezoekersboeken blijkt dat heel veel bezoekers verrast zijn door de ervaring die hen wordt geboden en dat deze uiteindelijk veel rijker is dan hetgeen ze op voorhand verwacht hadden. Dat effect kunnen realiseren is iets waarnaar elk erfgoedproject of elke erfgoedactiviteit zou moeten streven. Het zijn immers die positieve breukmomenten die ervoor zullen zorgen dat het project of de activiteit in kwestie meer wordt dan het zoveelste in de rij en herinnerd zal worden als iets belangwekkend. Dergelijke projecten of activiteiten werken ook veel langer door en kunnen dan ook aanleiding geven tot allerlei positieve neven- en leereffecten los van hetgeen waar het project of de activiteit inherent voor stond (Falk, 2009; Pekarik et al., 2014).

---

Dr. Alexander Vander Stichele is stafmedewerker participatie en veldanalyse bij FARO.

1. M. KEMP, L. VANACKERE, J. D'HOE, *Once upon a Castle. Ontsluier mijn geheimen/ Uncover my secrets*, Oostkamp, Stichting Kunstboek, 2014.
2. Onze steekproef bestaat uit 47 mannen (42 %) en 65 vrouwen (58 %). De gemiddelde leeftijd is 48 jaar. Van de 112 respondenten bezoekt 8 % (9

personen) (bijna) nooit musea en/of bezienswaardige gebouwen. 47,3 % (53 personen) doet dit af en toe en 44,6 % (50 personen) omschrijft zich als regelmatige bezoekers van musea en/of bezienswaardige gebouwen. 67,9 % (76 personen) van de bezoekers uit onze steekproef geeft trouwens aan dat ze speciaal naar Gaasbeek gekomen zijn om *Once upon a Castle* te bezoeken. Opvallend is dat dit vooral vrouwen zijn (68,4 % vs. 31,6 %), terwijl de mannen sterk oververtegenwoordigd zijn binnen de groep die aangeeft niet speciaal voor *Once*

upon a Castle te zijn gekomen (63,9 % vs. 36,1 %). Alhoewel we hier niet specifiek naar peilden, viel ons tijdens de bevraging zelf op hoeveel anderstalige bezoekers het Kasteel van Gaasbeek aantreft. Aangezien we enkel over Nederlandstalige vragenlijsten beschikten, maken deze bezoekers geen deel uit van de steekproef. Ook uit de analyse van de bezoekersboeken bleek dat het profiel van de kasteelbezoekers behoorlijk meertalig en internationaal is. Gegeven de toch minder evidente locatie van het Kasteel van Gaasbeek waren we hier zelf enigszins door verrast.

3. Voor meer info inzake de representativiteit van de steekproef en de manier waarop je deze als museum of erfgoedinstelling het best benadert, zie: H. ROOSE & H. WAEGE, *Publiek belicht. Handboek publieksonderzoek voor culturele instellingen*. Antwerpen, De Boeck, 2004, 159 p.

4. Principale componentenanalyse is een data-reductiemethode waarmee kan nagegaan worden of een veelheid aan vragen i.v.m. een specifiek onderwerp niet kan herleid worden tot een beperkt aantal onderliggende componenten of dimensies.

5. Zie in dit verband ook de bijdrage van Jacqueline van Leeuwen in deze bundel.

6. Over het algemeen ligt het aantal respondenten dat aangeeft (volledig) eens te zijn met de stel-

lingen uit bijlage 2 een stuk hoger bij diegenen die aangaven dat het specifieke bezoekmotief dat aan de stelling ten grondslag lag voor hen (zeer) belangrijk was. Gegeven het belang van specifieke bezoekmotieven voor bepaalde mensen is het dan ook belangrijk dat hun verwachtingen hieromtrent ingelost worden. Toch is dat niet altijd zo (zie bijlage 4) en blijken bepaalde sterke verwachtingen met betrekking tot het bezoek bij *Once upon a Castle* slechts in beperkte mate ingelost te worden.

7. Een van de kritieken op het gebruik van bezoekersboeken is precies het feit dat enkel mensen die heel tevreden of ontevreden zijn een reactie neerpennen, terwijl de overgrote meerderheid die het wel *okay* vond maar niet super zich de moeite niet getroost om iets na te laten in het boek. Wellicht is hier iets van aan. Bezoekersboeken vervangen dan ook geen regulier publieksonderzoek waarmee je uitspraken wenst te doen over een representatief staal van je bezoekers. Als aanvullend onderzoeks- en evaluatie-instrument kunnen ze echter wel een meerwaarde bieden, precies doordat ze een licht werpen op die zaken waarover mensen (heel) tevreden of ontevreden zijn. Ze verdienen dan ook een plaats in de reguliere werking.

8. Zie in dit verband ook de bijdrage van Jacqueline van Leeuwen in deze bundel.

## Bibliografie

E. DAWSON & E. JENSEN, 'Towards a contextual turn in visitor studies: evaluating visitor segmentation and identity-related motivations', in: *Visitor studies*, 14 (2), 2011, pp. 127-140.

T. DIRSEHAN, 'Analyzing museum visitor experiences and post experience dimensions using SEM', in: *Boğaziçi Journal Review of Social, Economic and Administrative Studies*, 26 (1), 2012, pp. 103-125.

J.H. FALK, 'Contextualizing Falk's identity-related visitor motivation model', in: *Visitor studies*, 14 (2), 2011, pp. 141-157.

J.H. FALK, *Identity and the museum visitor experience*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press, 2009.

E. JENSEN, E. DAWSON & J.H. FALK, 'Dialogue and synthesis: developing consensus in visitor research methodology', in: *Visitor studies*, 14 (2), 2011, pp. 158-161.

V. KIRCHBERG, & M. TRÖNDLE, 'Experiencing exhibitions: a review of studies on visitor experiences in museums', in: *Curator: the Museum Journal*, 55 (4), 2012, pp. 435-452.

G. MORRIS, J. HARGREAVES & A. MCINTYRE, *Ne-*

*ver mind the width, feel the quality*. Worcester, Museums and Heritage Show, 2005, 17 p.

A.J. PEKARIK & B. MOGEL, 'Ideas, objects or people? A Smithsonian exhibition team views visitors anew', in: *Curator: the Museum Journal*, 53 (4), 2010, pp. 465-482.

A.J. PEKARIK, J.B. & SCHREIBER, N. HANEMANN, K. RICHMOND & B. MOGEL, 'IPOP: a theory of experience preference', in: *Curator: the Museum Journal*, 57 (1), 2014, pp. 5-28.

J.B. SCHREIBER, A.J. PEKARIK, N. HANEMANN, Z.D. DOERING & A.-J. LEE, 'Understanding visitor behavior and engagement', in: *The Journal of Educational Research*, 106 (6), 2013, pp. 462-468.

Beste gast,

U staat op het punt om 'Once upon a Castle' te bezoeken. Een voor Vlaanderen uniek project. Het kasteel van Gaasbeek en FARO (Vlaams steunpunt voor cultuureel erfgoed) zijn benieuwd wat u ervan zal vinden. Daarom willen we u voorafgaand aan en volgend op uw bezoek kort een aantal vragen stellen. We waarderen uw medewerking heel erg!

1. **Wat is uw geslacht?**

- Man  
 Vrouw

2. **In welk jaar bent u geboren?**

19 .....

3. **Welke van onderstaande omschrijvingen past het beste bij u?**

- Ik bezoek bijna nooit een museum of een bezienswaardig gebouw.  
 Ik bezoek af en toe (i.e. een paar keer per jaar) een museum of een bezienswaardig gebouw.  
 Ik bezoek regelmatig (i.e. meermaals per jaar) een museum of een bezienswaardig gebouw.

4. **Komt u vandaag speciaal naar Gaasbeek om 'Once upon a Castle' te bezoeken?**

- Ja  
 Nee

5. **Hieronder geven we een aantal redenen waarom mensen het kasteel van Gaasbeek bezoeken. Geef voor elk van deze redenen aan in welke mate ze voor u belangrijk zijn.**

	zeer onbelangrijk	onbelangrijk	eerder onbelangrijk	belangrijk	zeer belangrijk
Ik kom vandaag naar het kasteel van Gaasbeek:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1. Om mezelf beter te begrijpen: wie ben ik, waar kom ik vandaan, wat is mijn geschiedenis?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Vanwege een specifieke interesse in het concept van 'Once upon a Castle'.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Om mij eens goed te ontspannen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Om zintuiglijk geprikkeld en uitgedaagd te worden: horen, zien, ruiken, voelen ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Om emotioneel geprikkeld en uitgedaagd te worden: blij, boos, ontroerd, verdrietig ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Opdat mijn verbeelding geprikkeld zou worden: mogelijkheid tot fantaseren, verzinnen, dromen ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Om even in een totaal andere wereld te kunnen vertoeven.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Omdat ik wil ervaren hoe mensen vroeger leefden en dachten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Om iets bij te leren over het kasteel en zijn bewoners.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Om nieuwe of andere ideeën en inzichten op te doen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Omwille van de relevantie van het getoonde voor onze samenleving vandaag.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Om na te kunnen denken over het leven en mijn plaats in de wereld.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Om meer over het verleden te weten te komen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Uit bewondering voor de wijze waarop mensen vroeger dingen maakten of deden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Om actief betrokken te worden en zelf dingen te mogen doen, uitproberen, bijdragen ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Om samen met anderen iets te kunnen beleven.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1. **U heeft zomet 'Once upon a Castle' bezocht. Geef voor elk van onderstaande uitspraken aan in welke mate u ermee akkoord gaat.**

	volledig oneens	oneens	noch oneens noch eens	eens	volledig eens
1. Ik heb nu beter inzicht in mezelf: wie ik ben, waar ik vandaan kom en wat mijn geschiedenis is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ik vind de wijze waarop men 'Once upon a Castle' aangepakt heeft geslaagd.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ik heb mij goed kunnen ontspannen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Op mijn tocht door het kasteel werden mijn zintuigen geïrriteerd en uitgedaagd.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Op mijn tocht door het kasteel werd ik emotioneel geïrriteerd en uitgedaagd.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Mijn verbeeldingskracht werd aangegripen: ik begon spontaan te fantaseren en allerlei zaken te verzinnen bij hetgeen ik zag en hoorde.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ik heb even in een totaal andere wereld kunnen veroeven.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ik heb kunnen ervaren hoe mensen vroeger leefden en dachten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Ik heb heel wat bijgeleerd over het kasteel en zijn bewoners.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ik heb nieuwe of andere ideeën en inzichten opgedaan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Ik zie overeenkomsten tussen hetgeen getoond werd en onze hedendaagse samenleving.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Ik heb kunnen nadenken over het leven en mijn plaats in de wereld.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ik ben heel wat over het verleden te weten gekomen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Ik stond geregeld vol bewondering voor de wijze waarop mensen vroeger dingen maakten of deden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Er waren voldoende mogelijkheden om zelf dingen te doen of uit te proberen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 'Once upon a Castle' is een ervaring die je samen met anderen deelt, ook al ken je hen niet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. **Geef op onderstaande schaal aan in welke mate u tevreden bent over uw bezoek aan 'Once upon a Castle'.**

helemaal niet tevreden	niet echt tevreden	tevreden	zeer tevreden	uiterst tevreden
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. **Motiveer kort waarom u al dan niet tevreden bent over uw bezoek aan 'Once upon a Castle'.**

.....

.....

.....

.....

4. **Probeer ten slotte uw ervaring met 'Once upon a Castle' in één woord te omschrijven:**

.....

## Hartelijk dank voor uw medewerking!



**BIJLAGE 3:**

Principale componentenanalyse op motivatie-items van vraag 5 uit pré-visit survey (zie bijlage 1).

<b>Rotated Component Matrix<sup>a</sup></b>				
	Component			
	1	2	3	4
Iets bijleren over kasteel en bewoners	,893			
Ervaren hoe mensen vroeger leefden en dachten	,855			
Meer over verleden te weten komen	,798			
Bewondering voor wijze waarop mensen vroeger dingen maakten of deden	,798			
Na kunnen denken over zelf en plaats in wereld		,787		
Nieuwe ideeën en inzichten opdoen		,763		
Beter inzicht in mezelf verkrijgen		,725		
Relevantie voor vandaag		,715		
Even in totaal andere wereld vertoeven			,807	
Emotioneel geprikkeld en uitgedaagd worden			,802	
Zintuiglijk geprikkeld en uitgedaagd worden			,757	
Verbeelding geprikkeld en uitgedaagd		,438	,756	
Samen met anderen dingen kunnen beleven				,789
Om mij eens goed te ontspannen				,668
Actief betrokken worden en zelf dingen doen				,611
<b>Percentage verklaarde variantie na rotatie</b>	<b>20,74</b>	<b>19,34</b>	<b>18,84</b>	<b>11,20</b>

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 6 iterations.

**BIJLAGE 4:**

Percentage respondentent dat aangeeft 'eens' of 'volledig eens' te zijn met de stellingen over het Kasteel van Gaasbeek en *Once upon a Castle*, gegeven dat ze het hiermee gepaard gaande motief (heel) belangrijk vonden.

		(Volledig) eens	
1	Heb mij eens goed kunnen ontspannen	93,2	***
2	Ben zintuiglijk geprikkeld en uitgedaagd	91,8	**
3	Concept <i>Once upon a Castle</i> geslaagd	96,9	
4	Heb even in totaal andere wereld vertoefd	85,1	**
5	Heb iets bijgeleerd over kasteel en bewoners	71,8	*
6	Stond geregeld in bewondering voor wijze waarop mensen vroeger dingen maakten of deden	79,6	*
7	Heb ervaren hoe mensen vroeger leefden en dachten	76,7	*
8	Ben actief betrokken en heb zelf dingen kunnen doen	73,1	***
9	Verbeelding werd geprikkeld en uitgedaagd	68,4	**
10	Ben emotioneel geprikkeld en uitgedaagd	73,7	**
11	Ben meer over verleden te weten gekomen	63,3	*
12	Samen met anderen dingen kunnen beleven	52,8	***
13	Overeenkomsten tussen getoonde en samenleving vandaag	57,1	****
14	Heb nieuwe ideeën en inzichten opgedaan	43,6	****
15	Heb kunnen nadenken over mezelf en mijn plaats in wereld	26,7	****
16	Beter inzicht in mezelf verkregen	12,5	****

\* 'Historisch-cognitieve' bezoekmotieven

\*\* 'Sublimerende' bezoekmotieven

\*\*\* 'Sociale-ontspannende' bezoekmotieven

\*\*\*\* 'Reflexief-introspectieve' bezoekmotieven





kasteel  
van  
gaasbeek

KUNSTEN  
EN ERFGOED



Vlaanderen  
verbeelding werkt



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization



UNESCO Chair on  
Critical Heritage Studies  
and Safeguarding the Intangible Cultural Heritage



Vrije  
Universiteit  
Brussel