



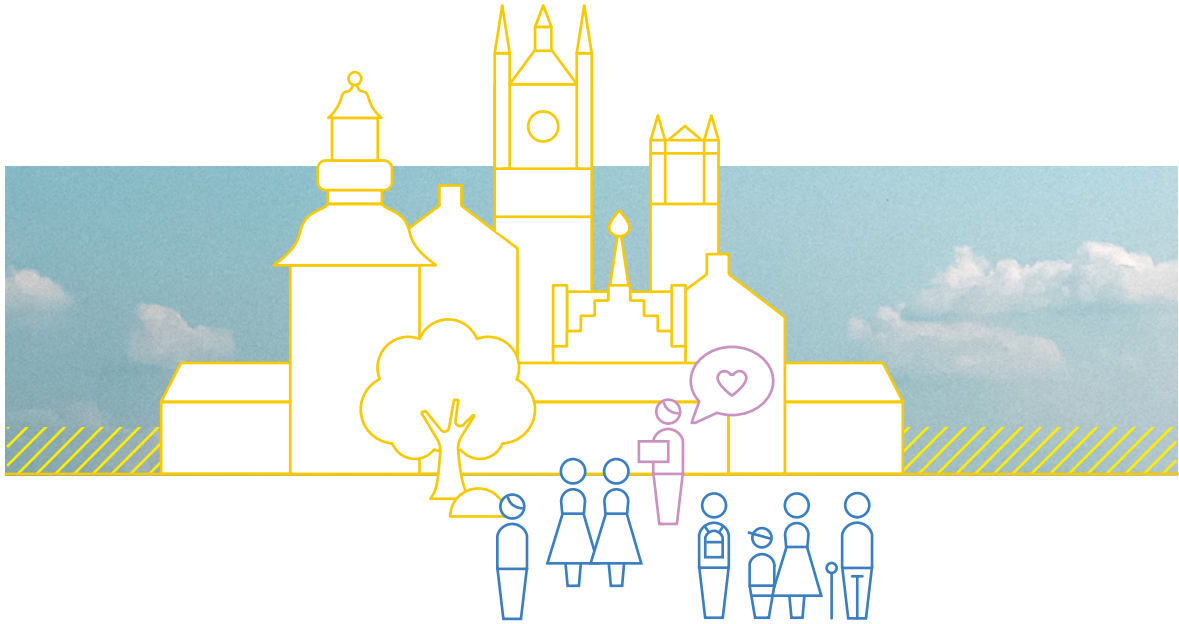
Vlaanderen
is toerisme



INSPIRATIETOOL

Impactvol gidsen



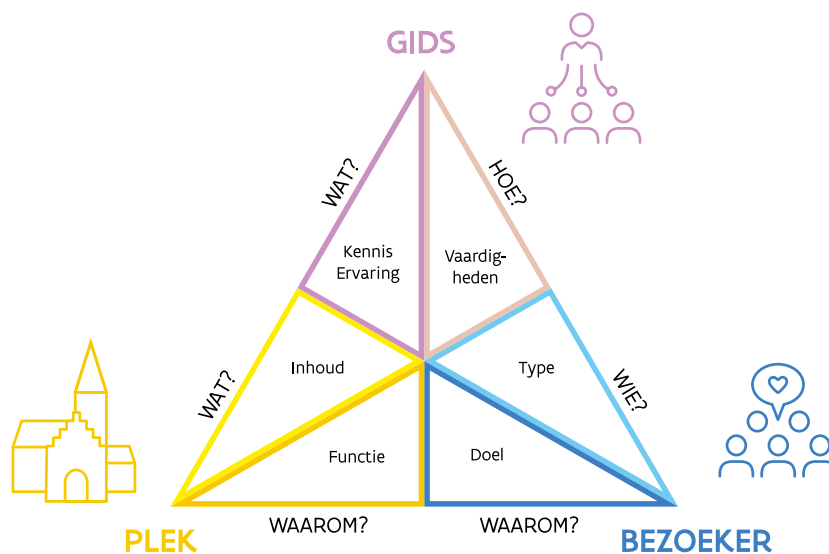


IMPACTVOL GIDSEN, EEN DANS VAN DRIE SPELERS

DE GIDS ALS BEMIDDELAAR TUSSEN DE BEZOEKER EN DE PLEK

In de belevingsdriehoek wordt de relatie tussen de gids, de bezoeker en de plek¹ gevisualiseerd. Wanneer deze 3 'spelers' goed op elkaar afgestemd zijn, krijgen de bezoekers een **optimale beleving**, een onvergetelijke ervaring.

Als gids speel je een cruciale rol om de verbinding tussen de bezoeker en de plek te faciliteren. Jij kent het verhaal van de plek en gebruikt doelgericht technieken om de aandacht van de bezoeker te prikkelen, te richten en te behouden.



¹ De term 'plek' komt uit de nieuwe strategie 'Reizen naar Morgen' van Toerisme Vlaanderen en stemt overeen met de term 'Omgeving' in de competentiewaaijer die enige jaren terug ontwikkeld werd voor de gidsenwerking.

WHAT'S IN A NAME? IMPACTVOL GIDSEN

Het informeren van je publiek is belangrijk, maar niet voldoende. Als gids **maak je mensen warm** voor het verhaal van de plek. Je wil impact. Je wil dat het verhaal raakt en de boodschap overkomt. Dit lukt beter wanneer **de bezoekers in interactie gaan met jou, met elkaar en met de plek**. **Interactie betekent dat bezoekers actief in dialoog gaan met jou en met elkaar, dat ze uitgedaagd worden** om ten volle te participeren. Pas dan wordt hun bezoek een memorabele beleving.

Interactie met andere groepsleden wordt als positief ervaren. Bezoekers onthouden hierdoor beter de informatie. Mensen vinden het prettig om **uitgenodigd en uitgedaagd** te worden, om **zelf te kijken en na te denken**, om **mee te doen** en **samen het verhaal te maken**. Zo kan de bezoeker zijn eigen betekenis of waarheid creëren. Dit maakt van de **gids een bemiddelaar tussen publiek en plek**.

Digitale tools mogen dan wel een grote meerwaarde zijn om informatie op een makkelijke manier bij veel mensen te krijgen. Jouw troef als gids is dat je een mens bent, met sociale vaardigheden, die signalen uit het publiek kan opmerken en er handig op kan inspelen, die vragen kan beantwoorden of doorspelen naar de groep. Je gaat in **dialoog** met de bezoekers, brengt hen in **verbinding met de plek en met elkaar**. En dat is iets waar digitale tools minder goed in zijn dan jij als gids.





INHOUD

1. TEVREDENHEID VAN DE BEZOEKERS 7

Informeer je over het doel en de verwachtingen van de bezoekers. Krijg meer inzicht in de bezoekers door te observeren en vraag hen naar hun motivatie en interesses. Neem de leiding en wees transparant over het verloop van de rondleiding. Overtref hun verwachtingen.

1.1 Op voorhand 7

1.2 Tijdens de rondleiding 7

2. SFEER EN DEELNAME..... 9

Informeer naar de kenmerken en samenstelling van de groep en breng de specifieke noden in kaart. Ga in verbinding met de bezoekers. Creëer een ontspannen sfeer en zorg dat iedereen volwaardig kan deelnemen.

2.1 Op voorhand 9

2.2 Tijdens de rondleiding 10

- Gidsen voor jonge kinderen 11
- Gidsen voor families 11
- Gidsen voor tieners 12
- Gidsen voor buitenlandse bezoekers 13
- Gidsen in het Nederlands voor anderstalige nieuwkomers 13
- Gidsen voor mensen met een fysieke en/of mentale beperking 14



3. BETEKENISGEVING 15

Verdiep je in het doel van de plek en ontwikkel een professionele houding. Gidsen doe je in opdracht van een organisatie met een boodschap. Zorg ervoor dat die boodschap overkomt, dat de bezoeker betekenis aan de plek geeft.

3.1 Op voorhand 15

3.2 Tijdens de rondleiding 16

4. CONTACT MET DE PLEK 17

Verzamel informatie en zoek naar aanknopingspunten op de plek. Zorg ervoor dat je kan ingaan op vragen uit de groep en dat je de bezoekers iets laat doen met de plek.

4.1 Op voorhand 17

4.2 Tijdens de rondleiding 17

5. INHOUDELIJK BEGRIP 19

Maak van de informatie die je verzamelt een rijk verhaal met een sterke rode draad. Interpreteer het verhaal en vertaal het naar de bezoekers. Speel in op de interesses en voorkennis van je publiek en hou hierbij steeds de verhaallijn in het oog.

5.1 Op voorhand 19

- Details en emotie 21
- Spanning: de piramide van Freytag 22
- Kill your darlings: keuzes maken 23

5.2 Tijdens de rondleiding 23

6. INLEVING EN ERVARING 24

Kennis en informatie alleen zijn niet voldoende om een goede gids te zijn. Zet als gids je vertelvaardigheden en werkvormen in om het verhaal van de plek duidelijk te maken bij de bezoekers. Verzorg je presentatie en stimuleer actie en interactie.

6.1 Op voorhand 24

6.2 Tijdens de rondleiding 25

- 6.2.1 Presentatie: communiceer met je stem en lichaam 25
- 6.2.2 Actie en Interactie 27

Vragen stellen: dé manier om in interactie te gaan met je publiek 34

Meer dan mijn verhaal: actieve werkvormen van klein naar groot 35

MEER WETEN? BIJLEREN? 37





1 TEVREDENHEID VAN DE BEZOEKERS

Informeer je over het doel en de verwachtingen van de bezoekers. Krijg meer inzicht in de bezoekers door te observeren en vraag naar hun motivatie en interesses. Neem de leiding en wees transparant over het verloop van de rondleiding. Overtref hun verwachtingen.

1.1 OP VOORHAND



DOEL VAN HET BEZOEK EN VERWACHTINGEN M.B.T. DE RONDLEIDING:

Bevraag je opdrachtgever naar het doel en de verwachtingen van de groep die je zal rondleiden.

1.2 TIJDENS DE RONDLEIDING

KRIJG MEER KLANTENINZICHT

- Pols naar de interesses en/of motivatie van de bezoekers.
- Observeer hun interacties en gedrag.
- Vraag eventueel naar de rest van hun dagplanning



WAAROM BEN JE HIER?

- Op uitstap met de klas
- Beetje cultuur snuiven
- Met de collega's er eens uit
- Ik leer graag bij
- Andere mensen leren kennen
- Mijn stad beter leren kennen
- Op rondreis doorheen de regio



- Wat fijn dat jullie vandaag ... komen bezoeken!
- Wat brengt jullie hier?
- Zijn jullie hier al eens geweest?
- Wat hebben jullie er al over gehoord?
- Wat verwachten jullie?

NEEM DE LEIDING IN DE GROEP

- Wees transparant: goede afspraken geven de bezoekers duidelijkheid. Maak duidelijke afspraken over timing, parcours, toilet, eten en drinken. Geef duidelijk aan wat kan en niet kan tijdens de rondleiding.
- Zorg voor de veiligheid van de bezoekers op de openbare weg.
- Organiseer de groep: Geef duidelijk de opstelling van de groep en de kijkrichting aan.
- Zorg dat alle bezoekers kunnen zien wat je wil laten zien.
- Zorg ervoor dat je zelf als gids goed zichtbaar en hoorbaar bent voor iedereen.



“Identificeer de leiders van de groep en betrek hen positief. Die ‘drukke’ leerling kan bijvoorbeeld een goede helper zijn en je A3-map mee omhoog houden.”



“Beste mensen, welkom in Bokrijk. Zo dadelijk maken we een wandeling van 1.30 uur. We eindigen straks terug hier in het startpaviljoen. Jullie kunnen je rugzak en jas hier achterlaten in de lockers. Er zijn geen toiletten onderweg. Als jullie vragen hebben, stel ze zeker. Over 5 minuten keren we 400 jaar terug in de tijd. Dat geeft jullie nu nog wat tijd om naar het toilet te gaan en je rugzak op te bergen.”



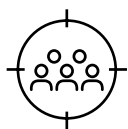
2 SFEER EN DEELNAME

Informeer naar de kenmerken en samenstelling van de groep en breng specifieke noden in kaart. Ga in verbinding met de bezoekers. Creëer een ontspannen sfeer en zorg dat iedereen volwaardig kan deelnemen.

Alle bezoekers willen graag **genieten, participeren en iets bijleren**. Elke groep is anders. Pas daarom telkens je aanpak aan. Je bevraagt dit best op voorhand of je bereidt verschillende scenario's voor.

2.1 OP VOORHAND

KENMERKEN, SAMENSTELLING EN SPECIFIEKE NODEN VAN DE GROEP



Bevraag je opdrachtgever

- Welke mensen maken deel uit van de groep (vrienden, familie, school,...)?
- Hoe groot is de groep?
- Welke leeftijd hebben de bezoekers?
- Zijn er bezoekers met specifieke noden? Is de plek daarop voorzien?
- Verstaan ze allemaal Nederlands?

Specifieke noden wordt hier breed geïnterpreteerd: noden eigen aan jonge kinderen, ouderen, anders-taligen, zwangere vrouwen, mensen met een ziekte of aandoening, mensen met een mentale of fysieke beperking, ...

SCAN JE RONDLEIDING OP TOEGANKELIJKHEID EN PAS INDIEN NODIG AAN

- Welke drempels zijn er voor rolstoelgebruikers, kinderwagens, slechtzienden,... ? Kan je die aanpassen?
- Zijn er op het parcours plaatsen waar vermoeide of oudere bezoekers even kunnen rusten? Zijn er plaatsen waar jonge kinderen even mogen spelen, rondrennen?
- Waar zijn de toiletten?

VOEL JE JE VAARDIG GENOEG OM IN TE SPELEN OP SPECIFIEKE NODEN? ZO NEE, WAAR KAN JE TERECHT?

- Toerisme Vlaanderen en haar partners publiceerden verschillende brochures m.b.t. 'toegankelijkheid'. Hiervoor verwijzen wij naar <https://toerismevlaanderen.be/nl/publicaties/zoeken/thema/toegankelijkheid>. Je vindt er bijvoorbeeld wandelingen in verschillende steden voor mensen met een beperking.
- Hieronder vind je ook meer tips voor het gidsen van specifieke doelgroepen.

2.2 TIJDENS DE RONDLEIDING

VERBINDING

- Heet je groep hartelijk **welkom**.
- Voor klasgroepen kan je aan de school vragen om **naamstickers** te maken, zodat je de jongeren met hun naam kan aanspreken.
- **Smalltalk**: stel kleine vragen om je groep beter te leren kennen.
- Zoek overeenkomsten. Wat hebben jij en de groep gemeen? Dat verbindt.



*"Waar komen jullie vandaan?" "Hoe is de rest van jullie uitstap al verlopen?"
"Wat gaan jullie vandaag nog doen?" "Kennen jullie elkaar?"*

- Leg verbanden tussen wat je weet van de bezoekers en de plek. Als je bijvoorbeeld hoort dat iemand in je groep houtbewerker is, betrek hem bij de uitleg over de prachtige houten trap in de hal van het paleis waar je rondleidt.
- Zorg voor een positieve sfeer. Gebruik **humor**, laat mensen lachen.
- **Observeer** je groep. **Kijk** of de bezoekers je begrijpen, of ze luisteren, of ze betrokken zijn ... en vraag expliciet feedback na je rondleiding.



"Het is zo prettig wanneer je door iemand wordt rondgeleid waarvan je voelt dat hij of zij je gezien heeft. Dat je weet dat je gedachten en ervaringen ertoe doen in een museum."

Bezoeker Museum Catharijneconvent (uit I ASK - methode en handboek bij training²)

ZORG VOOR DE BEZOEKERS

- Een goede rondleiding is een rondleiding waar **elke bezoeker volwaardig** aan kan deelnemen.
- Bevraag je groep en individuele bezoekers naar specifieke noden. Beoog daarbij niet enkel de mensen met een zichtbare beperking. Maak met je vraag ook ruimte voor andere noden.



- Heeft iemand nog iets nodig?

² Bron: Katzenstein, P. en Koster, I. (2019), I ASK. Methode & Handboek bij training. Joods Cultureel Kwartier, Amsterdam.



INCLUSIEF ONTWERPEN

- Helaas zijn veel plekken nog niet drempelvrij en toegankelijk voor iedereen.
- Graag verwijzen we door naar specifieke publicaties van Toerisme Vlaanderen en haar partners m.b.t. toegankelijkheid: <https://toerismevlaanderen.be/nl/publicaties/zoeken/thema/toegankelijkheid>

Naast algemeen verbinding maken met en zorg dragen voor de bezoekers, vragen sommige mensen net een iets specifiekere aanpak. Hieronder vind je meer inspiratie.



GIDSEN VOOR JONGE KINDEREN

Kinderen zijn soms erg actief en energiek. Vaak is dat uit grote betrokkenheid, want ze willen graag antwoorden en meedoen. Ook zijn ze sneller afgeleid en hebben ze meer nood aan variatie met een goed evenwicht tussen luisteren, kijken en doen.

Als kinderen net verlegen of stil zijn, kan je vragen stellen, waarvan je weet dat ze die kunnen antwoorden zodat ze kleine succeservaringen boeken en loskomen. Je kan ze rustig aan nieuwsgierig maken en zelf iets laten ontdekken.

- Neem de leiding en maak duidelijke afspraken (look met de begeleiders). Leg op een positieve manier uit waarom die afspraken belangrijk zijn.
- Blijf positief. Lach naar de kinderen, speel met afstand en nabijheid (bijvoorbeeld kom eens wat dichterbij, wandel tussen hen door,...)
- Kinderen houden van geheimzinnigheid. Gebruik je expressie om hun nieuwsgierigheid op te wekken. Of zet een 'cliffhanger' in die nieuwsgierig maakt naar de volgende ruimte/plek/stop.
- Gebruik de juf of meester als assistent en laat hem/haar iets voordoen. Dat vinden kinderen superleuk.
- Laat hen al hun zintuigen gebruiken.
- Voorzie concreet materiaal waarmee je (sommigen van) hen iets kan laten doen.





GIDSEN VOOR FAMILIES

- Focus je op de kinderen voor de inhoud. Als de kinderen tevreden zijn, heb je ook gelukkige (groot)ouders, begeleiders. Maar hoe gelaagder het verhaal, hoe beter.
- Probeer het leeftijdsverschil van de kinderen zo minimaal mogelijk te houden. Indien dit niet lukt, geef duidelijk weer voor welke leeftijd de rondleiding het meest geschikt is.
- Laat (groot)ouders de familierondleiding met de kleinsten begeleiden, uiteraard ook met de gids erbij. De grotere kinderen kan je gemakkelijker alleen op stap laten gaan met de gids.



GIDSEN VOOR TIENERS

- Tieners komen vaak ongeïnteresseerd over. Ze zijn op zoek naar een houding en zetten zich af tegen volwassenen. Laat hen zien dat je hen als gelijke behandelt en wees mild.
- Tieners experimenteren door het geven van (vaak ongenueanceerde) meningen. Bedank hen voor hun bijdrage. Accepteer hun inbreng zonder oordeel en probeer het te linken aan je verhaal. Vraag door.
- Zet hen aan het werk. Betrek hen actief in je verhaal en stel vragen: "Wat zie je? Wat spreekt je aan? Wat vind je raar?" Verwacht geen wonderen, meewerken in een peergroep is niet stoer.
- Wees nieuwsgierig naar hun leefwereld en zoek er aanknopingspunten mee. Leg linken met de actualiteit.
- Als de jongeren niet antwoorden op je vragen, toon dan begrip of gebruik humor.
- Onder hun stoere gedrag zit vaak een kwetsbaar kind. Zorg voor bevestiging en succeservaring.
- Stel open vragen, geen weet-vragen (Zie Inleving en ervaring)
- Maak connectie én afspraken met de begeleidende leerkracht. Geef duidelijk je manier van werken aan en wat de rol van de leerkracht daarbij is, of wat je van hem/haar verwacht. Geef ook aan waarom je deze afspraken wil maken.
- Wees als gids ook altijd enthousiast en positief.





GIDSEN VOOR BUITENLANDSE BEZOEKERS

- Zorg dat je de taal van de bezoekers vlot spreekt. Grapjes kunnen maken en begrijpen zijn een must.
- Toon interesse in het land van herkomst, in de reden waarom ze op bezoek zijn in jouw land, waar ze verblijven, ...
- Neem een nieuwsgierige niet oordelende houding aan. Houd rekening met specifieke tradities of gebruiken van de bezoekers en stel je hier met een open geest bij op.
- Maak ruimte om ervaringen te delen of vergelijkingen te maken tussen het land waarin je gidst en het land van de bezoeker (historische personages, historische gebeurtenissen, gewoonten, feesten, ...). Ga hierbij vooral op zoek naar wat je verbindt en gemeen hebt, vermijd 'wij'-'jullie'-uitspraken.
- Eten verbindt. Laat waar mogelijk de bezoekers streekproducten proeven, of raad hen specialiteiten aan.
- Maak de vertaalslag bij prijzen, meetsystemen, ...
- Benoem, indien nodig, enkele lokale gebruiken, zoals gedragsregels in religieuze plaatsen, begroetingen, omgangsvormen, ...



GIDSEN IN HET NEDERLANDS VOOR ANDERSTALIGE NIEUWKOMERS

- Volwassen anderstaligen die Nederlands leren en in klasverband een culturele uitstap maken, krijgen best zoveel mogelijk kansen om hun Nederlands te oefenen³.
- Maak je rondleiding interactief. Stel open vragen zodat de deelnemers 50% van de tijd zelf aan het woord zijn.
- Stel jezelf op als moderator: De gids helpt kijken en formuleren en stimuleert tot gesprek of discussie.
- Denk na over je taal. Gebruik korte zinnen. Maak je rondleiding taalrijk en gebruik bewust gekozen woorden. Let op je articulatie.
- Zorg voor een veilige plek. Leg uit wat een museum is en hoe ze er hun weg in kunnen vinden.

³ Bron: <https://www.diversiteitspraktijk.be/artikels/3-tips-voor-een-rondleiding-op-maat-van-anderstaligen-in-een-museum> en Willems, A. 2019, Zonder taaldrempels naar het museum. Dossier meerstemmigheid en conflict. Faro, tijdschrift over cultureel erfgoed, 12(2019)3.



In **Museum Plantin-Moretus** in Antwerpen gebruikt men de techniek van de Woordenwolk. Een woordenwolk is een set kaarten, opgebouwd rond 15 thema's. Elk thema sluit zowel aan bij het museum als bij de leefwereld van de bezoeker. Het bestaat telkens uit drie kaarten met daarop een woord, een beeld of aan aanvulzin. Elk thema is de start van een gesprek⁴. Ook in Plantin-Moretus zet men talking points als gespreksstarter in. Een talking point is een stelling of discussiepunt over een museumobject. Er kan vrij geassocieerd worden en voorkennis is niet vereist⁵.

Het **MSK Gent** ontwikkelde dialoogkaarten op maat van anderstalige nieuwkomers. De gesprekskaarten zijn zowel een taal oefenkans als een laagdrempelige tool om kunst te ervaren. Het concept is eenvoudig: kijk naar het schilderij, laat je inspireren door de voorbeeldvragen en ga zo met elkaar in dialoog.



GIDSEN VOOR MENSEN MET EEN FYSIEKE EN/OF MENTALE BEPERKING

- Verken vooraf je route: Check de toegankelijkheid van de plek. Denk aan trappen, drempels, hellingbanen, liften, aangepaste toiletten en parkeerplaatsen voor gehandicapten.
- Bouw rust in.
- Indien nodig, kort je route in.
- Vraag eventueel een extra gids of een gebarentolk mee.
- Blijf bovenal kijken naar de hele mens en niet alleen naar zijn of haar beperking.
- Vertrek vanuit mogelijkheden.
- Voor meer info over gidsen voor mensen met een beperking, verwijzen wij naar de inspiratiebundel 'Tips voor inclusief gidsen' van Inter. Je vindt hem op <https://toerismevlaanderen.be/nl/publicaties/zoeken/thema/toegankelijkheid>

⁴ Voor meer info zie: <https://museumplantinmoretus.be/nl/pagina/woordenwolk>

⁵ Voor meer info zie: https://museumplantinmoretus.be/sites/plantinmoretus/files/Opdracht_Talking_Point_Leerkrachtenbundel_def_versie_2018.pdf

⁴ Voor meer info zie: <https://www.mskgent.be/programma/in-dialoog-gesprekskaarten-voor-anderstaligen>



3 BETEKENISGEVING

Gidsen doe je vaak in opdracht van een organisatie met een boodschap en een doel. Verdiep je in het doel en de missie van de plek en wees er loyaal aan.

Jij als gids staat garant voor de kwaliteit en zorgt ervoor dat de boodschap overkomt.

3.1 OP VOORHAND

BAND MET DE ORGANISATIE EN DOEL VAN DE PLEK

- Formuleer je eigen **motivatie** voor het gidsen op deze plek. Wat raakt je? Wat boeit je? Dit prikkelt de aandacht bij je publiek.
- Ken je de **boodschap van de plek** waar je gidst? Wat maakt haar waardevol om te delen?

Het **Red Star Line Museum** Antwerpen wil een universeel verhaal brengen over hoop, dromen en de zoektocht naar geluk. Vertrekkend vanuit de geschiedenis van de Europese emigratie via Antwerpen naar Amerika, reflecteert en dialogueert het museum met de bezoeker over migratie vroeger, nu en in de toekomst.



Kazerne Dossin vertrekt vanuit het historische verhaal van de Jodenvervolging en de Holocaust, om stil te staan bij hedendaagse vormen van racisme, uitsluiting van bevolkingsgroepen, en discriminatie omwille van afkomst, geloof, overtuiging, huidskleur, geslacht of geaardheid.





Gids je in een brouwerij, dan staat het vakmanschap van de brouwer en het bier centraal. Je zet het artisanale of unieke van het product in de verf.

Gids je in een stad, dan ben je er de trotse ambassadeur van. Wat maakt de geschiedenis van de stad zo boeiend? Welke unieke personen hebben haar vorm gegeven? Welke gebeurtenissen hebben er plaatsgevonden en hebben mee het karakter van de stad bepaald? Wat maakt de stad zo uniek? De geschiedenis van de stad, haar historische gebouwen en historische figuren of hedendaagse bewoners zijn unieke troeven die het boeiend maken voor de bezoekers.

Ben je **natuurgids**, dan prikkel je verwondering, wijs je op de kracht van de natuur en vraag je eveneens respect voor haar kwetsbaarheid.

- Sommige factoren beïnvloeden de kwaliteit van je rondleiding en kan je niet zelf controleren. Je kan je er wel op voorbereiden en er flexibel op inspelen. Denk bv aan het weer. Zijn er voldoende schuil- of schaduwplaatsen, paraplu's, ...
- Scan je parcours, pols eventueel bij andere gidsen naar veranderingen. Denk bv aan wegenwerken, verbouwingen, evenementen op het parcours, plotse drukte. Hoe kan je hier op voorhand rekening mee houden?
- Organiseer op voorhand de (eventuele) verplaatsingen en catering. Werk hiervoor samen met derden. Communiceer alle afspraken helder

3.2 TIJDENS DE RONDLEIDING

“Een goede rondleiding is KIIK-begeleiding: vanuit dat wat er te zien is, rondleiden⁷.”

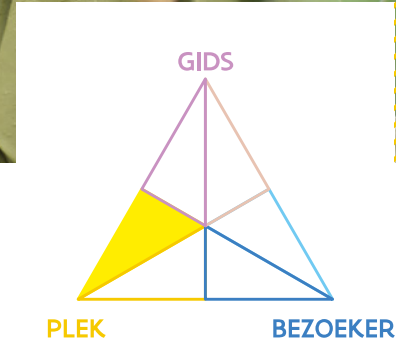
Arja van Veldhuizen

- Hou je zoveel mogelijk aan de afgesproken timing, organisatie en inhoud van de plek, zodat de volledige boodschap overkomt bij de bezoekers. Zorg dat alle geplande onderdelen op de afgesproken tijd aan bod komen.
- Draag zorg voor andere gidsen en de plek en signaleer eventuele moeilijkheden aan de organisatie.
- Bij onvoorziene omstandigheden (weer, drukte, werken...) reageer je flexibel en hou je steeds zowel het belang van de organisatie als het welzijn en beleving van de bezoeker in je achterhoofd.

Beleef de plek anders: Met welke vervoersmiddelen doorkruis je de plek?

Ga je met de fiets, de boot, de step of te voet, dat kan een extra dynamiek geven. In Bokrijk kan je bijvoorbeeld fietsen huren om door het water te rijden.

⁷ Bron: van Veldhuizen, A., 2017, Educatie Toolkit: methodes & werkvormen uit de museum- en erfgoededucatie. <https://arjavanveldhuizen.nl/wp-content/uploads/2018/11/Educatie-toolkit-E-book-NL-6MB.pdf>



4 CONTACT MET DE PLEK

Verzamel informatie en zoek naar aanknopingspunten op de plek. Zorg ervoor dat je kan ingaan op vragen uit de groep en dat je de bezoekers iets laat doen met de plek.

4.1 OP VOORHAND

BREDE INFORMATIE EN VERSCHILLENDE AANKNOPINGSPUNTEN



Vorbereiding is het halve werk.

- Zoek uitgebreid informatie over de plek en het onderwerp waarover je zal gidsen.
- Raadpleeg daarvoor verschillende, betrouwbare bronnen.
- Bevraag je opdrachtgever over de inhoud van de rondleiding. In welke mate heb je hier vrijheid om eigen accenten te leggen?
- Bezoek de plek. Onderzoek wat allemaal mogelijk is. Bekijk welke posities je kan innemen, waar je de groep zal positioneren. Verander regelmatig van plaats en geef de bezoekers een nieuw perspectief.
- Zoek aanknopingspunten waaraan je je verhaal kan ophangen.
- Bedenk wat je de bezoekers kan laten doen. Gebruik de plek optimaal.

4.2 TIJDENS

VRAGEN UIT DE GROEP

- Maak afspraken over vragen uit de groep. Mogen ze je voortdurend vragen stellen of heb je daar afgebakende momenten voor. Observeer signalen van begrip of vragen bij de bezoekers. Je kan dit dan eventueel benoemen: 'Ik zie je fronsen', 'Je kent dit duidelijk al'.
- Als je een vraag niet kan beantwoorden zijn er verschillende opties: je kan het opentrekken naar de groep: 'Goeie vraag, wat denken de anderen ervan?', je kan het samen opzoeken of eerlijk aangeven dat je dit niet weet. Probeer niet te verbergen dat je iets niet weet, dat veroorzaakt ongemak.

GEBRUIK VAN DE PLEK



WAT ZIE JE?

- Kijk altijd je publiek aan, met je rug naar wat er te zien is (zonder natuurlijk in de weg te staan). Zo kunnen de bezoekers optimaal kijken en hou jij goed contact met je publiek.
- Stel je groep steeds zo op dat de plek tot haar recht komt, neem ook verschillende plaatsen in om vanuit verschillende perspectieven de plek waar te nemen.
- Bouw je verhaal op aan de hand van dingen die te zien zijn op de plek. Vul waar nodig aan met foto's en voorwerpen. Zorg ervoor dat ze voor de hele groep zichtbaar zijn.
- Zorg ook voor momenten van stilte in je rondleiding. Geef de bezoekers tijd om de plek op hun eigen tempo te beleven.
- Zet gericht activerende werkvormen in om de bezoekers in interactie te laten gaan met de plek. De bezoekers hebben zich naar deze plek verplaatst, zorg er dus voor dat ze dit niet thuis, in de klas of achter de pc op dezelfde manier kunnen beleven. In het onderdeel 6. Inleving en ervaring vind je heel wat voorbeelden hiervan.

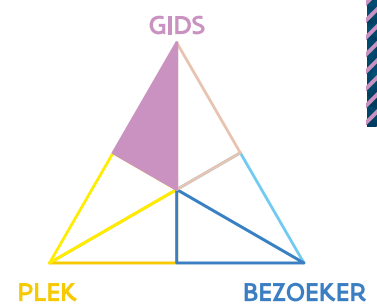
Philippe vertelt het verhaal van de verloren burcht in Landen. Alleen... er is nu niets meer te zien. Of zo lijkt het. Want Philippe doet zijn bezoekers kijken naar de begroeiing, het reliëf, de kalksteen die hier en daar te zien is. Samen analyseren ze het landschap en zo komen de slotgracht, de omwallingen en zelfs de hele burcht weer tevoorschijn.

Pascal staat op de Grote Markt van Leuven. En hij zegt: "Hier ligt de kern van de stad, de oorsprong, de bestaansreden van de stad. Steek je ene arm uit naar daar, dat is richting Brussel, en de andere richting Tienen. We staan op een kruispunt van de verbindingsweg tussen Keulen en Brugge!"

Erik gidst in Valkenburg. We staan in een kasteelruïne. Hij zegt: "Eigenlijk moet ik mij omdraaien, want nu sta ik met mijn rug naar het altaar van de kerk."

In **het paleis van Coudenberg** in Brussel, onder de grond, gaat de gids op de plek staan waar Karel V troonsafstand deed en zei: "Ik heb misschien niet altijd de juiste beslissing genomen, maar ik heb mijn best gedaan."





5 INHOUDELIJK BEGRIP

Maak van de informatie die je verzamelde een rijk verhaal met een sterke rode draad, dat je vervolgens interpreteert en vertaalt naar de bezoekers. Speel in op de interesses en voorkennis van je publiek en hou hierbij steeds de verhaallijn in het oog.

“Storytelling, a primitive art, is as old as the beginning of mankind. People want to receive what’s out there in the form of stories, not just fact, opinion, analysis.”

Lee Gutkind⁸

5.1 OP VOORHAND

EEN RIJK VERHAAL MET EEN STERKE RODE DRAAD



Breid de informatie uit met volksverhalen, anekdotes of **persoonlijke ervaringen**.

- Wat verbindt je met de plek?
- Heb je er persoonlijke herinneringen, gevoelens of ervaringen mee?
- Die emoties en interesse kan je gebruiken om je verhaal te verrijken en de bezoeker te boeien en te prikkelen.

⁸ Bron: Groos, P. 2022. Verhalen voor de klas. Handboek storytelling voor het middelbaar onderwijs. Uitgeverij Koninklijke van Gorcum Bv



Aangekomen in de zaal 'Rituelen en Ceremonies' blinken de ogen van Jan. "Dit is mijn favoriete zaal" zegt hij. Het publiek is mee enthousiast en meteen nieuwsgierig waarom.



VERDIEP JE KENNIS

Wie zijn belangrijke personen die betrokken zijn bij deze plek? Wat waren hun drijfveren? In welke context kan je dit plaatsen?

VERBREED JE KENNIS

Welke verbanden zie je met andere tijden, plaatsen, gebeurtenissen of met de actualiteit?

Hoe beter je die kennis in de vingers hebt, hoe meer je kan inspelen op de vragen en inbreng van de bezoekers.

- Bereid vervolgens je **tekst** voor. Soms krijg je van de organisatie of het museum waar je voor gidst een uitgewerkte rondleiding. Maar soms moet je alles zelf voorbereiden.
- Zorg voor een **sterk verhaal** met een heldere structuur. Vraag je op voorhand af wat je wil vertellen, wat **de rode draad** is; waarom je dat wil vertellen, en wat het thema is. Je moet de essentie of boodschap van je verhaal kunnen samenvatten in 1 minuut. Je kan niet altijd zelf de rode draad van je gidsbeurt bepalen. Soms doet de opdrachtgever dit. Afhankelijk van de context heb je veel of weinig vrijheid. Toch is het samenvatten van je boodschap in één zin een goede voorbereidende oefening.
- Kies je **vertelperspectief**. Spreek je over wij, hij of zij, ik?
- Eens je verhaalstructuur helder is, kleeft het verder aan met boeiende beschrijvingen. En tot slot... eindig je verhaal met een **krachtig einde**. "*Dus, er zijn 2 dingen die we nooit meer vergeten ...*" "*Zo komt het dus, dat we vanaf nu altijd ...*"
- Hoe meer je **oefent**, hoe beter je je verhaal zal kennen. Je kan eens oefenen bij een huisgenoot of vriend, of iemand die niets van de plek kent. Volg gidsbeurten mee van collega's of daarbuiten, want ook daar kan je veel van leren.



Studeer nooit je tekst van buiten. Je publiek hoort dat, omdat je dan eerder schrijftaal gebruikt of je je draad kwijtraakt als er iets onverwachts gebeurt (bijvoorbeeld een vraag uit de groep). Je hebt ook meer kans op een black-out als je vasthangt aan een ingestudeerd verhaal.

Lees ook nooit voor van een blad papier, tenzij het gaat om een langer citaat of een stukje uit een roman of dagboek.

ZORG VOOR EEN GOEDE VERHAALSTRUCTUUR

Maak je verhaalstructuur aan de hand van volgende vragen:

- **Wie** is van belang? (= de hoofdrolspelers)
- **Wanneer** speelt mijn verhaal zich af? (= tijd)
- **Waar** gebeurt alles? (= plaats)
- **Wat** zijn de gebeurtenissen? Welke actie is er? Wat is het probleem?
- **Waarom** gebeurt dit? (= duiding)

VAT DE KERN VAN JE VERHAAL SAMEN IN EEN STERKE TITEL.

De fietstocht van Annick door het Hageland met als titel “*Vrouwentongen*” gaat over vrouwen en meisjes die in het Hageland gewoond hebben.

De rondleiding met als titel “*Wat als Felix De Boeck ons in zijn museum zou ontmoeten?*” van Lieve, maakt ons nieuwsgierig.

In de stadswandeling “*Beestig Leuven*” neemt Katia Ruelens haar publiek mee langs plaatsen waar dieren te zien zijn of van betekenis waren. Je bekijkt de stad zo vanuit een andere bril.

“*Waar is Sint-Rochus?*” is de hamvraag. Daarmee wandelen we door de stad Aarschot en bouwen we zijn levensverhaal en zijn verblijf in de stad op.



VOEG DETAILS EN EMOTIE TOE

DETAILS

Wanneer je details zintuiglijk beschrijft, komt het verhaal tot leven voor de ogen van je luisteraars. Hoe zag de plek eruit? Welke kleuren? Hoe rook het? Wat waren de geluiden of wat kon je horen? Dit maakt alles **concreet**. Als je cijfers geeft, vergelijk dan met zaken die we in het dagelijks leven kennen. Bijvoorbeeld: “*Dat is 4 keer de weg van Brussel naar Antwerpen, met paard en kar.*” Of in het GUM Gent laten ze bezoekers een menselijke ketting maken om de hoogte van een boom weer te geven. Of je laat je publiek hoger/ lager doen bij het aantal inwoners van een stad.

Maak het menselijk. Vertel hoe mensen leefden, wat ze aten, hoe hun dag eruitzag ... Daarmee verbindt je publiek zich meteen.



EMOTIE

Emotie werkt verbindend. We reageren meer op emoties dan op feiten. De aandacht en het luistervermogen van mensen vergroten exponentieel wanneer er emotionele betrokkenheid is. Wanneer personen in je verhaal zaken beleefden, beslisten of ondergingen, is het benoemen van hun gevoelens een sterke verbinder. Je publiek herkent deze emotie, leeft zich in en beleeft je verhaal intenser.



⁹ Bron: Groos, P. 2022. Verhalen voor de klas. Handboek storytelling voor het middelbaar onderwijs. Uitgeverij Koninklijke van Gorcum Bv



ZINTUIGLIJK VERTELLEN MET BEELDENE WERKWOORDEN⁹

Deze werkwoorden schetsen onmiddellijk een beeld van een intensiteit, een sfeer.

Bijvoorbeeld:

Ze lopen door het bos en duwen daarbij de takken opzij die hen de weg belemmeren.



Ze **worstelen** zich door de bomen en planten van het dichtbegroeide bos.

Ze stapten traag en met tegenzin



Ze **sloften** met hangende schouders

SPANNING: DE PIRAMIDE VAN FREYTAG¹⁰

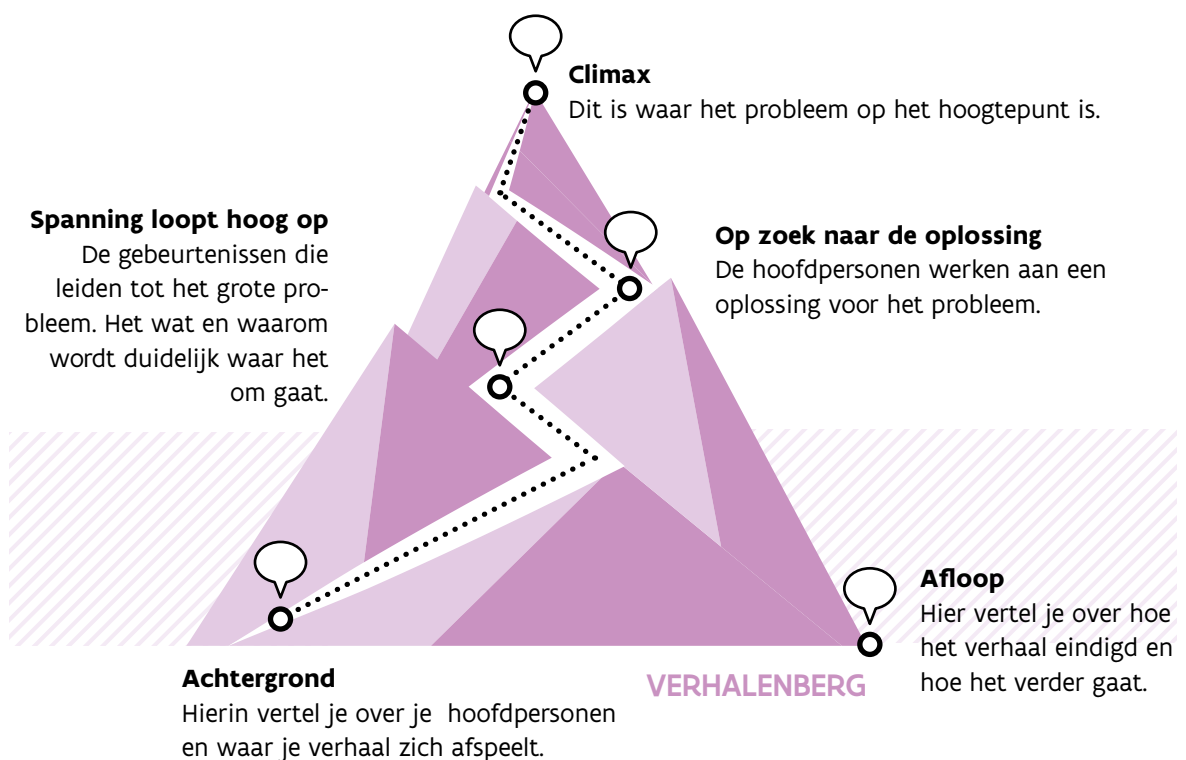
In een goed verhaal zit spanning. Want dat doet luisteren. De tijd stopt, je publiek is erg betrokken en luistert vol overgave. Spanning kan je opbouwen door het gebruik van stiltes, een cliffhanger, je kan teasen, verleiden, lokken, prikkelen, triggeren ...

Bijvoorbeeld:

“Straks lossen we een moord op...”

“Waarom zich hier een groot gat bevindt, ondanks de zware bewaking van dit gebouw, ontdekken we zo dadelijk.”

In het piramidemodel van Freytag of ook de ‘verhalenbergr’ genoemd, zie je de structuur van een spannend verhaal. Als je toewerkt naar een climax met een duidelijke pointe, krijgt je verhaal kracht.



⁹ Bron: Groos, P. 2022. Verhalen voor de klas. Handboek storytelling voor het middelbaar onderwijs. Uitgeverij Koninklijke van Gorcum Bv

¹⁰ Bron: Meester Tjaard Nederland, gebaseerd op de piramide van Freytag

KILL YOUR DARLINGS: KEUZES MAKEN

You must know everything you tell, but not tell everything you know.

Lee Edith Marks

The more you leave out, the more you highlight what you leave in.

Henry Green

De grootste uitdaging voor een gids is vaak ... **keuzes maken**. En toch zijn keuzes belangrijk. Want is een gidsbeurt te lang met te veel zijwegen of zonder onderscheid tussen hoofd- en bijzaak, dan verlies je de aandacht van je publiek.

Vermijd dus opsommingen zonder duidelijke rode draad. Selecteer informatie in functie van de timing, de doelgroep en de rode draad van je verhaal. Verbind de verschillende feiten, en benoem het waarom: wat hebben de feiten met elkaar te maken? Bedenk dat mensen hooguit 15 minuten geconcentreerd kunnen luisteren. Overdonder mensen niet met een stortvloed aan feiten en data. Selecteer, doseer en breng je informatie op een verhalende manier die past bij je publiek. Vul je 'rugzak' met veel kennis en verhalen, en speel tijdens je gidsbeurt flexibel in op de groep.

5.2 TIJDENS DE RONDLEIDING

VOORKENNIS EN INTERESSE

- **Stel vragen** om de voorkennis en interesses van de bezoekers te achterhalen.
- Zorg voor een **sterke start**. Zo heb je meteen de aandacht van je publiek. *“Dit verhaal gaat over liefde. En niet zomaar een liefde...”* Prikkel de nieuwsgierigheid van de bezoekers.
- Observeer non-verbale signalen van de groep om in te schatten in welke mate je verhaal aansluit bij hun voorkennis en interesse. Kan je zien aan de gezichten of ze het begrijpen, of ze het boeiend vinden?
- Stel tussendoor vragen om in te schatten of de bezoekers het verhaal begrijpen.
- **Prikkel de fantasie en het inbeeldingsvermogen van je groep**
- Laat de bezoekers zich iets inbeelden. Nodig hen uit om hun ogen te sluiten en neem ze mee naar een andere tijd. Beschrijf waar ze zijn, wat er te zien is, wat er te ruiken en horen is. Beschrijf details en levendig voor te stellen beelden.

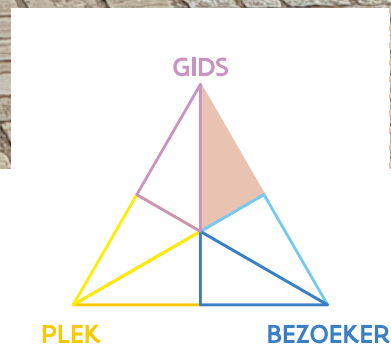
Telling the stories is important; without stories, memory becomes frozen; and without memory you cannot imagine how things can be different.¹¹

Bessel van der Kolk – *The Body Keeps the Score* (2014)

COHERENT VERHAAL

- Hou bij het gidsen steeds de rode draad in je achterhoofd. Wat is de essentie, de ontknoping van je verhaal? Waar begin je en waar eindig je?
- Regelmatig **samenvatten** helpt om de aandacht van de deelnemers bij je verhaal te houden. Herhaal wat al aan bod kwam en blik vooruit. *“Waar zitten we ergens in ons verhaal, wat verwachten we nog?”*

¹¹ Bron: Groos, P. 2022. Verhalen voor de klas. Handboek storytelling voor het middelbaar onderwijs. Uitgeverij Koninklijke van Gorcum Bv



6 INLEVING EN ERVARING

Kennis en informatie alleen zijn niet voldoende om een goede gids te zijn. Zet als gids je vertelvaardigheden en activerende werkvormen in om het verhaal van de plek duidelijk te maken bij de bezoekers. Verzorg je presentatie en stimuleer actie en interactie.

6.1 OP VOORHAND

VERTELVAARDIGHEDEN EN ACTIVERENDE WERKVORMEN



- **Oefen op voorhand je verhaal.** Bepaal je **vertelstandpunt**. Vertel je het vanuit jezelf of stap in de schoenen van een personage?
- Vertel in de **tegenwoordige tijd**, zelfs al vond je verhaal plaats in het verleden. Zo betrek je je luisteraars meer in je verhaal. Want het lijkt dan alsof jullie alles samen ter plekke beleven.
- Bedenk welke **vragen** je kan stellen aan de bezoekers.
- Bedenk **werkvormen** die de bezoeker actief aan het werk zetten.

6.2 TIJDENS DE RONDLEIDING

6.2.1 PRESENTATIE: COMMUNICEER MET JE STEM EN LICHAAM

Je bent zelf je belangrijkste instrument! Je mimiek, lichaamstaal, stemgebruik, kortom je hele lichaam kan je gericht gebruiken om de aandacht van de bezoekers te trekken en je verhaal kracht bij te zetten.

- Maak **oogcontact** met de groep. Gebruik **mimiek en gebaren** om je verhaal en de emoties uit je verhaal kracht bij te zetten.
- Zet **afstand en nabijheid** in om de aandacht van de bezoekers te trekken en richten.
- Zet het **volume, de intonatie en expressie** van je stem in om spanning op te bouwen.
- Gebruik **stiltes en herhalingen** om iets te benadrukken en de bezoeker de tijd te geven zich in te leven.
"To see takes time," zei Georgia O'Keeffe, een Amerikaans kunstschilderes uit de 19e-20ste eeuw.
- Pas je **tempo** aan aan het **niveau** van de groep.
- Begeleid de bezoekers tijdens de werkvormen en blijft met hen in verbinding
- Speel vlot in op onverwachte gebeurtenissen.



Al die vaardigheden kan je trainen! Volg een gidsopleiding en/of workshops rond dit thema. Vraag feedback aan je opdrachtgever of een collega-gids, of nog beter: laat je filmen tijdens je rondleiding en bekijk daarna je gidsbeurt.

Oogcontact

- Houd oogcontact met je publiek. Je bent er voor hen, dus kijk hen aan. Verdeel je aandacht gelijk over al de bezoekers.
- Met je ogen kan je ook de aandacht richten. Kijkt de gids naar iets, dan volgt het publiek.
- Zet je zonnebril af als je gidst.

Mimiek

Het publiek neemt je emotie over. Als je zenuwachtig of onzeker wordt, wordt je publiek dat ook. Zeg nooit iets negatiefs als het niet nodig is. Als je enthousiast en gepassioneerd vertelt, wordt je publiek ook gretig en blij. Als je vertraagt en stiller praat, verstilt je groep ook. "Wij zijn op een heel bijzondere plek!" Zo maak je er als gids een magisch moment van.

Gebaren

Gebaren ondersteunen wat je vertelt. Je kan er ook een intensiteit, richting of beweging mee aangeven.



Afstand en nabijheid

Je kan spelen met de ruimte. Dichter komen bij je publiek of bij 1 iemand uit de groep, trekt de aandacht. Je kan ook verder weg stappen van de groep en daarmee de aandacht richten naar een bepaald object.



Na een intermezzo, kan je de aandacht van je groep terugkrijgen door een bepaald signaal: het geluid van een belletje of triangel, in je handen klappen, even zwijgen ...



Tempo en niveau

- Pas het tempo van je rondleiding aan aan de noden van je groep. Jij hebt je verhaal onder de knie, maar de bezoekers hebben verwerkingstijd nodig.
- Pas je woordenschat aan. Herhaal moeilijke begrippen of laat een bezoeker die uitleggen. "Wat betekent 'pachten'?"

Je kan het niveau van je groep inschatten door

- Vragen te stellen
- Opdrachten te geven

Vertragen kan je door ...

- Een stilte te laten
- Een vraag te stellen
- Iets te herhalen
- Even iets te drinken



Gidsen vanuit een personage

Sommige mensen verkleden zich graag. Ze kruipen in het vel van een personage en brengen zo hun verhaal. Doe dit enkel als je dit graag doet en je er goed bij voelt. Vraag je op voorhand af hoe je personage denkt, beweegt, praat ... Leef je 100% in in de tijd, de personages, de schilder,... de plek waarover je vertelt. En vooral: houd het plezant!

In de abdij van Herkenrode bijvoorbeeld leidt de laatste abdis, Joséphine de Gondrécourt, je rond. Ze vertelt je alles over het leven in Herkenrode, doorspekt met pittige anekdotes en boeiende weetjes. Maar let op... Net zoals van haar zusters verwacht ze van haar publiek ook absolute vroomheid en gehoorzaamheid!¹²



6.2.2 ACTIE EN INTERACTIE

VRAGEN STELLEN: DÉ MANIER OM IN INTERACTIE TE GAAN MET JE PUBLIEK

Via het stellen van vragen kan je het kijken en ervaren richten. Je geeft op die manier een impuls om mee te denken, te interpreteren, te voelen.

- Laat je groep **'wennen aan antwoorden'**. Stel hen eerst makkelijke vragen, naar hoe ze er geraakt zijn, hun leeftijd. Zo zijn ze opgewarmd voor eventuele moeilijkere inhoudelijke vragen.
- Zorg voor een **succeservaring**. Als je veel vragen stelt waarop niemand kan antwoorden, zakt de betrokkenheid. Bevestig goede antwoorden! Bijvoorbeeld door: "Ja, inderdaad, dat heb je goed gezien." Of "Dat is een goede vraag?" of "Knap, fijn dat je dit vertelt." Of "Ja, en dat sluit aan bij..."
- **Geef bezoekers tijd** om te antwoorden. Ga niet te snel verder of stel je vraag desnoods op een andere manier.
- **Parafraseer** of herhaal in je eigen woorden de vraag van een deelnemer. Je geeft zo aan dat je de vraag begrijpt of goed wil begrijpen.
- **Doe iets met de antwoorden**. Reageer altijd positief op inbreng van deelnemers. Ga altijd verder op de antwoorden die komen. Zelfs als het een 'fout' antwoord is, neem de persoon dan mee in de redenering naar het juiste antwoord.

Geertje Cools¹³ formuleert het als volgt: "Ga door op de reacties. De ideeën, verbanden en opmerkingen kunnen leiden tot meer betekenis en informatie over de plek. Leg de link naar je onderwerp, ook met een 'fout' antwoord. Stuur tijdig bij wanneer opmerkingen van bezoekers te ver leiden."

¹² <https://www.abdijsiteherkenrode.be/groepen/groepsbezoeken>

¹³ Bron: Cools, G. 2015. Interactief rondleiden van je publiek. Tips om bezoekers van je erfgoedevenement te begeisteren. Erfgoed in de praktijk, vormingsreeks Faro.



Er bestaan verschillende soorten vragen. Deze hebben elk hun eigen functie en effect.

Weet-vragen of kennisvragen:

Korte antwoordvragen die polsen naar een stijl, feit, datum, naam, betekenis...

Bijvoorbeeld:



- *Van wanneer dateert dit gebouw?*
- *In welke stijl is dit gebouw opgetrokken?*
- *Welke 2 rivieren vloeien er samen in Gent?*

Stel niet te veel van dit type vragen, want ze geven je enkel de info dat die ene persoon dat feit weet. Ze kunnen alleen beantwoord worden als mensen het antwoord al kennen. Ze nodigen niet echt uit om te kijken en mee te denken.

Zorg dat je publiek aanknopingspunten voor het antwoord op je vraag op de plek kan vinden. Of geef tips of stel kleine bijvragen.

Bijvoorbeeld:



- *We staan in centrum Gent. "Kijk eens rond. Welke gebouwen zouden de oudste zijn denk je? Gebouwen in grijze steen, zijn ouder dan die in witte steen."*
- *Wat zie je? Wat zouden mensen willen uitdrukken door verticaliteit en hoogte?*
- *Kijk eens goed naar dit wandtapijt. Wat zie je? Waar is de stad gebouwd? Kan je in het oud-Nederlands lezen welke rivieren dit zijn?*



Open vragen:

Vragen waarop meerdere antwoorden mogelijk zijn, die uitnodigen tot nadenken en veel informatie geven. Bij dit soort vragen kan iedereen meedenken en antwoorden. **Ze stimuleren het kijken, het denken en de emoties van de bezoeker.**

Bijvoorbeeld:



“Waarom hebben ze dit hier gebouwd? Wat zie je? Wat valt op aan dit schilderij? Waarom hebben ze dat het in rood en blauw geschilderd? Hoe zou deze plek eruit zien in 2050? Welke materialen zie je in deze ruimte? Wat vind jij van dit moderne beeldhouwwerk? Wat kan je allemaal doen met netels? Of “Wie heeft een zoon van 18 jaar? Stel dat hij naar de oorlog gestuurd wordt. Wat zou je doen?” “Waarom doet dit je denken?” “Heeft hij echt bestaan?” “Wat leert ons dat?” “Wat zou dit voorstellen?”

Stemvragen:

Je kan ook vragen stellen waarbij **iedereen tegelijkertijd antwoordt.**

Bijvoorbeeld:



“Wie dit mooi vindt, steekt zijn hand op.” Of “Denken jullie dat het meer of minder geld kost om ...”

Deze vragen zijn **heel laagdrempelig** en bevorderen ook bij introverte bezoekers betrokkenheid.

MEER DAN MIJN VERHAAL: ACTIEVE WERKVORMEN VAN KLEIN NAAR GROOT ...

Doen! Maar niet zomaar in het wilde weg ...

Bedenk bij het kiezen van je werkvorm wat het **doel** ervan is. Waarom laat je de bezoeker dat berekenen, verplaatsen, puzzelen, ...? Vraag je af: Wat wil je bereiken? Wat is de boodschap? Laat de bezoekers hun **zintuigen** gebruiken.

Hieronder vind je verschillende praktische tips. Onderzoek welke werkvormen geschikt zijn voor je rondleiding.



Werkvormen die de zintuigen prikkelen: KIJKEN!

Laat de bezoeker iets bekijken.

“Als de gids zegt wat je moet zien, ziet het publiek dat en stopt het met denken.”

Dimitri De Maesschalck

Jouw publiek heeft zich verplaatst naar de plek die jij aantoont. Doe iets met die plek. Laat ze kijken. Dit kan op verschillende manieren.

- Laat de bezoekers iets **vergelijken**.

“Vergelijk die 2 beelden met elkaar. Welke verschillen vallen je op?”

“Vergelijk de foto van dit gebouw 100 jaar geleden met het gebouw nu. Wat merk je op?”

“Vergelijk deze foto van de verwoesting in 1914 met de situatie van vandaag vanuit hetzelfde perspectief als de fotograaf.”

- Laat de bezoekers iets **zoeken**.

“Waar zie je dieren in de gevel?”

“Vanwaar komt het licht op dit schilderij?”

Elke deelnemer krijgt een kaartje met een attribuut dat ook te vinden is bij de beelden op het stadhuis. De opdracht is jouw attribuut terug te vinden.



WAT KAN JE ALLEMAAL MET SMARTPHONES DOEN?

Foto's nemen, filmen, iets opzoeken, ...

TIP: Beperk dit laatste. Het doel is dat bezoekers de plek ervaren, kijken en onderzoeken. Een foto nemen, inzoomen of een filmpje maken werkt ondersteunend.



- Laat de bezoekers iets **tellen**.

“Hoeveel keer zou je eigen lijf daarin gaan?”

- Laat de bezoekers iets **(na)tekenen** naar de realiteit of iets **vervolledigen of mooier maken**.
- Laat de bezoekers in duo's (iemand met en iemand zonder blinddoek) **een kunstwerk aan elkaar beschrijven**. Pas nadien mag de geblinddoekte echt kijken.
- Je kan je deelnemers ook **vanuit een ander tijdsperspectief** of **vanuit de ogen van een andere persoon** doen kijken.

Zo kan je de bezoekers in een fabriek laten kijken en denken vanuit de blik van de arbeider of vanuit de blik van de fabrieksbaas.

Je kan een schilderij doen bekijken vanuit de ogen van één van de personages. *Wat zou de lijdende Maria denken of voelen? Wat zou die omstaander denken? Wat zou dat meisje dat uit het raam piept denken of zien?*

- Laat de bezoekers iets van **verschillende perspectieven** bekijken. Van boven (klim desnoods zo hoog mogelijk als je kan in een gebouw/kerk/...), van onder, van opzij ...
- Je kan objecten op de plek nauwkeuriger laten bekijken. Voorzie dan bijvoorbeeld een **vergrootglas** of **verrekijker**. Werk met een zaklamp in het donker. Laat de bezoekers foto's of **filmpjes** maken. Dat doet ook kijken.

Bijvoorbeeld: Fotografeer 3 dieren op de gevel van de bibliotheek. Of: Fotografeer 3 gele bloemen. Of: Fotografeer 3 afbeeldingen van beroepen in de stad.

- Je kan ook **afbeeldingen** voorzien. Denk bijvoorbeeld aan foto's, een plattegrond of kaart, een artikel, tekening ... als ze ondersteunend zijn voor je verhaal en de plek.

Zorg voor een voldoende groot formaat (bijvoorbeeld A3) en plastic hoesjes voor bij regenweer.

Voor het publiek is het altijd meer sprekend als je ze de plek laat innemen van waaruit het beeld genomen is. Dan krijgen ze hetzelfde perspectief.

Wees toch zuinig met extra afbeeldingen. Mensen hebben zich verplaatst, doe daarom iets wat er te zien is in de plek waar je gidst, eerder dan foto's en prenten te tonen.





Materiaal doorgeven leidt de aandacht soms af. Denk goed na wanneer je dat doet en wat de meerwaarde is. Is je materiaal goed zichtbaar voor iedereen?



Sara is gids in de abdij van het Park in Leuven. Het plafond van de bibliotheek is uniek, omdat er scènes uit het leven van Sint-Norbertus in kalkstuc werden aangebracht. Om deze goed te kunnen zien, zijn er ligzetels geïnstalleerd waarin de bezoekers letterlijk al liggend het plafond kunnen bekijken. Sara nodigt haar bezoekers dan ook uit om te gaan liggen en de tijd te nemen om het plafond te bewonderen.



Werkvormen die de zintuigen prikkelen: PROEVEN!

Laat de bezoekers iets proeven. Eten en drinken werkt altijd!
In een fruitbedrijf mogen we na de rondleiding hun perenlikeur proeven.

We bezoeken op een plaatselijke geitenboerderij eerst de geitjes, we luisteren hoe het bedrijfje gerund wordt en smullen daarna een ijsje van geitenmelk.

Een brouwerijbezoek biedt een totaalervaring aan zintuigen: de ingrediënten zien, voelen, ruiken en last but not least ... het gerstenat proeven.





Werkvormen die de zintuigen prikkelen: RUIKEN!

Laat de bezoekers iets ruiken.

Bij een verzameling koffiemolens kan je de geur van gebrande koffiebonen laten ruiken, of bij een verhaal over de Grote Brand van Leuven laat je iedereen snuiven uit een potje waarin jij een verbrand papier stak om zich helemaal in te leven hoe de stad dagenlang rook.



Je kan de bezoekers ook een geur laten oproepen in hun fantasie, op basis van een herinnering: "Wat kookte je moeder vaak?"¹⁴



Werkvormen die de zintuigen prikkelen: VOELEN!

Laat de bezoekers iets voelen of aanraken.

- Laat hen de textuur van iets voelen, bijvoorbeeld met de ogen dicht.
- Of laat hen voelen hoe zwaar of licht iets is.



Als de materialiteit belangrijk is, kan je verschillende steensoorten meenemen en je publiek er even in laten krassen. Zo kunnen ze voelen welke steen bewerkbaar is en welke erg hard.

Laat de bezoekers voelen aan een stuk stof in fluweel of laken van toen dat je meebrengt.

In het Kasteel van Horst ontvangt een ridder je op specifieke momenten in een maliënkolder. Iedereen mag deze op zijn beurt aandoen om te voelen hoe zwaar deze in het echt weegt. Je vraagt je als bezoeker dan pas echt af hoe iemand zo zwaar gepakt ten strijde kon trekken.

¹⁴ Bron: Cools, G. 2015. Interactief rondleiden van je publiek. Tips om bezoekers van je erfgoedevenement te begeisteren. Erfgoed in de praktijk, vormingsreeks Faro.



Werkvormen die de zintuigen prikkelen: **LUISTEREN!!**

Laat de bezoekers iets beluisteren.

- Voorzie eventueel een blinddoek om naar geluiden in de plek te luisteren.
- Zet geluidsfragmenten die je verhaal ondersteunen klaar op je smartphone en voorzie een krachtige versterker.
- Lees een gedicht voor of een stukje uit een boek (een getuigenis, beschrijving, citaat ...)
- Werk je met microfoons of geluidsversterking?
- In een kerk het geluid van het orgel of de klokken laten horen, zorgt ongetwijfeld voor hernieuwde aandacht van je publiek.
- Laat één of enkele bezoekers een blinddoek opzetten en vooral luisteren (in een stad, in de natuur ...).
- En voor wie durft, zing. Zing zelf of zing met je groep.
Zoals bijvoorbeeld gebeurt bij De Nachtwacht in Diest:



Werkvormen met personen uit de groep

- Laat de bezoekers iets **zeggen** met een **microfoon**. Kinderen vinden het heel fijn om op die manier aan het woord te komen.
- Laat de bezoekers **een rol of personage** spelen. Bouw je verhaal op en noem de naam van de bezoeker als dat past in je verhaal.



Jan is gids in het AfricaMuseum in Tervuren. Wanneer hij de huwelijksceremoniën in het vroegere Congo uitlegt, betreft hij telkens iemand uit de groep in zijn verhaal. Hij begint bij de man. *“Meneer, hoe heet u? Francis. Proficiat, u gaat trouwen. Uw eerste vrouw zal u, zijn, mevrouw, Klara.”*

Wanneer polygamie aan bod komt, duidt hij nog extra vrouwen aan in de groep die trouwen met Francis. Het publiek lacht en vergeet dit nooit.



Boven op de Kasteelruïne in Valkenburg geeft gids Christel iedereen uit haar publiek een rol door ons etiketten op te plakken. Sommige mensen zijn kasteelheren, anderen burgers, Fransen, ... Wanneer ze haar verhaal opbouwt, vraagt ze tussendoor regelmatig wat een bepaalde groep zou doen of denken. Het publiek doet enthousiast mee.



- Laat de bezoekers iets uitbeelden of een houding of actie nabootsen. Dat kan de pose van een beeld zijn, de opstelling van een schilderij ...

Bijvoorbeeld: laat een groep pubers een barokschilderij van een kruisiging van Christus uitbeelden. Op dat schilderij staan veel personages: Maria, Maria Magdalena, Johannes, de Romeinse soldaat Longinus,...). De houding, de mimiek én de gevoelens van alle personages op het werk moeten nagespeeld worden. Iemand mag regisseren. Op deze manier kijken de jongeren extra goed naar het werk, leven ze zich in en vergeten ze nooit meer welke sleutelfiguren er zijn en hoeveel emotie er in de barok geschilderd werd.



Werkvormen met dialoog en discussie

- Laat de bezoekers discussiëren of in dialoog gaan met elkaar.
- Geef een of meerdere stellingen waarover de bezoekers een mening mogen geven.
- Werk met dialoogkaarten (bijvoorbeeld anderstaligen, zie 2. Sfeer en deelname).

Gids Eddy stelt vast dat er een nis in het Stadhuis van Leuven leeg is. Hij vraagt aan een klasgroep uit het secundair onderwijs van welke Leuenaar daar volgens hen een beeld in mag komen. De groep denkt hard mee, verzint criteria en denkt aan bekende en minder bekende Leuenaars.



Gids Fabrice daagt zijn publiek uit na te denken wat de Universiteit voor haar 575ste verjaardag aan de Stad Leuven cadeau zou kunnen geven. Nadien neemt hij zijn publiek mee naar het beeld van Jan Fabre op het Ladeuzeplein.



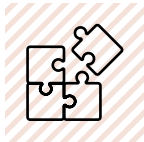
Niets dat meer tot de verbeelding van kinderen (en volwassenen) spreekt dan communiceren op afstand. Voorzie bijvoorbeeld walkietalkies of spreekbuizen. Laat de bezoekers van de ene kant naar de andere kant informatie doorgeven. Zo kan de ene groep een beeld of schilderwerk of een gebouw beschrijven. De groep aan de andere kant moet dit tekenen. Nadien mogen ze hun kunstwerk gaan vergelijken met het echte werk. Beide groepen zullen gefocust geluisterd en gekeken hebben.



Maak-opdrachten¹⁵

Laat de bezoekers iets creëren of maken.

- Met **materiaal** bijvoorbeeld met klei, latjes laten leggen in een vorm, een vlag of logo laten ontwerpen ...
- Met **taal**: een gedicht of brief schrijven, een lijklied maken, een spreuk, groepscreet of slogan verzinnen ...



Spelvormen

Laat de bezoekers iets creëren of maken.

- **Puzzelen**: Voorzie een aantal geplastificeerde puzzelstukken, laat de bezoekers kijken naar een gevel en 1 of 2 puzzels reconstrueren.
- **Namen noemen**: Bezoekers plaatsen woorden of namen bij voorwerpen of kunstwerken.
- **Zoektocht**: bijvoorbeeld aan de hand van (detail)foto's of raadsels, zoek 'the big five' (5 bekende gebouwen in de stad of 5 veel voorkomende planten in een natuurgebied).



Patrick brengt het verhaal van de bezette stad Leuven tijdens wereldoorlog II. Hij doet dit verkleed als boer. En wij, het publiek, moeten patatten smokkelen. Pas op voor de douane!



¹⁵ Bron: Vandelacluze S., Van Esch J., Mariën L., Waerts J. 2009. Methodiek : kunst- en erfgoededucatie : theorie en praktijk. Mooss.

MEER WETEN? BIJLEREN?

METHODE VISUAL THINKING STRATEGIES

“Tachtig procent van jullie kennis bekijft niet bij jullie bezoekers.”

Philip Yenawine,

Hoofd Educatie in het New Yorkse MoMa was diep geschokt toen Abigail Housen van Harvard University hem dat vertelde¹⁷. Daarop ontwikkelden bovengenoemden samen in de jaren '90 de Visual Thinking Strategies.

VTS is een specifieke methode om een groep te begeleiden bij het bekijken van een kunstwerk. Je bent als gids dan niet de inhoudelijke expert, maar wel de facilitator en gespreksleider. Daarbij speelt **vragen stellen** een centrale rol. Het doel is het ontwikkelen van waarnemingsvaardigheden, het bevorderen van dieper begrip, en het verbeteren van communicatieve vaardigheden bij het waarnemen en interpreteren van kunstwerken.

AANPAK

In VTS gebruik je open vragen en groepsdiscussie. Je nodigt je groep uit om 1 à 2 minuten naar het kunstwerk te kijken. Daarna stel je 3 **vragen** als uitnodiging om telkens stap per stap grondiger te **kijken**. Als gids verwoord je enkel wat je groep ziet. Reken op ongeveer 20 minuten per kunstwerk.



- Wat gebeurt er?
- Wat zie je waardoor je dat zegt?
- Wat gebeurt er nog meer? Wat kunnen we nog meer vinden?



In plaats van feitelijke informatie te geven over het kunstwerk, ga je in VTS bezoekers aanmoedigen om hun eigen observaties te delen en uit te leggen.

In het FOMU in Antwerpen gebruikt men bijvoorbeeld de VTS-methodiek om anderstaligen die Nederlands leren, rond te leiden.

MEER ONTDEKKEN KAN JE VIA:

- <https://vtshome.org/>
- <https://www.vtsnederland.org/>
- <https://www.oefenkansen.be/inspiratie/visual-thinking-strategies-in-fomu>

¹⁶ Meer info kan je vinden op <https://thinkingmuseum.com/>

¹⁷ Uit: <https://www.lkca.nl/artikel/visual-thinking-strategies-vertel-maar-wat-je-ziet/>

SLOW LOOKING¹⁸

“Hoe langer je kijkt, hoe meer je ziet.”

Slow looking is het leren door te observeren. Hoe langer je naar een kunstwerk kijkt, hoe interessanter het wordt. Je laat alle vragen komen, je kan ook je positie eens veranderen om het werk van een ander perspectief te bekijken. Op die manier zal je meer ontdekken en zien.

In een begeleide slow looking sessie kijken deelnemers eerst 10 minuten naar eenzelfde kunstwerk. Daarna wisselen ze hun mening uit, ze stellen vragen, delen hun indrukken en de details die ze opmerken. Zo ontstaan er mooie gesprekken, wordt er samen nagedacht en betekenis opgebouwd.

Je kan de deelnemers ook laten tekenen, dat doet hen ook lang(er) kijken.

Het effect van Slow Looking is dat je meer ontdekt, aandachtiger wordt voor je omgeving, verder kijkt dan je eerste indrukken en iets diepgaander onderzoekt. Bovendien kan iedereen het doen, er is geen voorkennis vereist. Slow looking hoeft je niet in een museum te doen, je kan het overal oefenen.

I ASK METHODE¹⁹

De I ASK-methode is ontwikkeld in het Joods Cultureel Kwartier in Amsterdam, in samenwerking met TACT Adviseurs. Vanuit de verschillende instellingen in het Joods Cultureel Kwartier was er behoefte aan een veilige en betrouwbare omgeving om te discussiëren en genuanceerd ideeën te vormen over maatschappelijke thema's.

De I ASK-methode is een praktische methode die gebruikmaakt van **vragen en dialoog** om nieuwe kennis op te bouwen. Bezoekers worden uitgenodigd om open vragen te stellen, nieuwsgierigheid te tonen, verschillende perspectieven te verkennen, te onderzoeken, en samen te leren. Op die manier stellen ze zich open voor nieuwe kennis, ervaringen en denkbeelden. Vaststaande overtuigingen kunnen ter discussie gesteld worden met als doel genuanceerd (leren) denken. De methode biedt gidsen of museummedewerkers handvaten om **op een onbevooroordeelde en open manier met bezoekers in gesprek te gaan over hun overtuigingen**.

De letters “I ASK” staan voor **Intentie, Attitude, Systemblik en Kennis**. Dit zijn 4 basisvoorwaarden voor de gids.

Het “toepassen” van de methodiek verloopt in 7 stappen:

- relatie leggen;
- zichtbaar maken wat leeft bij de bezoekers en hoe ze denken;
- een leidraad vaststellen (wat zichtbaar is gemaakt verbinden met de rondleiding);
- landen in het museum en hier & nu;
- ontdekken van de plek of objecten en wat het met de bezoeker doet;
- toevoegen van informatie, ervaring en verhalen en tenslotte
- reflecteren (In het begin dacht je dit, hoe is dat nu? Wat heb je ontdekt? Hoe heb je het ervaren? Waar ben je nog benieuwd naar?).

¹⁸ Meer lezen? <https://www.tate.org.uk/art/guide-slow-looking> en <https://thinkingmuseum.com/2022/02/23/12-reasons-to-get-started-with-slow-looking/> of <https://www.moma.org/calendar/programs/207>

¹⁹ Meer lezen? Katzenstein, P. en Koster, I. (2019), I ASK. Methode & Handboek bij training. Joods Cultureel Kwartier, Amsterdam. En op de website van het Joods Cultureel Kwartier: <https://jck.nl/nl/page/de-i-ask-methode>



Ik beseftte dat ik van tevoren ideeën had die tijdens de rondleiding niet bleken te kloppen. Ik vond het interessant daarachter te komen. Ik ben heel benieuwd of mijn ideeën over andere geloven wel kloppen. Ik wil daar nu meer van weten²⁰.

Reactie van een rondleider getraind in de methode:

Door de groep centraal te stellen heb ik meer rust gekregen. Ik heb niet meer het gevoel met de groep in discussie te moeten, of ze te moeten overtuigen van bepaalde ideeën, maar ik vind het nu mooi de ander te horen, naar de ander te luisteren en hem vanuit dat perspectief op een spoor te zetten waar het ook anders kan. Ik pas deze methode niet alleen toe in rondleiding maar ook in mijn privéleven. Ik stel nu meer vragen.



Meer info over de methodiek en werking van de I ASK-methode kan je lezen in het handboek dat je kan bestellen via het Joods Cultureel Kwartier: <https://jck.nl/nl/page/de-i-ask-methode>.

Je kan hier ook een training aanvragen.

^{20 -21} Uit: Katzenstein, P en Koster, I. (2019), I ASK. Methode & Handboek bij training. Joods Cultureel Kwartier, Amsterdam.

COLOFON

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen,
Grasmarkt 61, 1000 Brussel

WETTELIJK DEPOT

D/2023/5635/28

CONTACT

kwaliiteit@toerismevlaanderen.be

MEER INFORMATIE

www.toerismevlaanderen.be

COPYRIGHTS

FARMBOY - JANOPDEKAMP, Kris Jacobs, Labiomista, Museum Plantin-Moretus (p 14), VTS voor NT2 rondleiding in FOMU © Jeroen Broeckx (p 37), FOMU / Soraya Azbiri (p 15), Museum voor Schone Kunsten Gent © Michel Burez (p 14) en Museum voor Schone Kunsten Gent (p 33, rechts)

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welk wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever.





Remain
BINGO

Remain
BINGO

Remain
BINGO

Remain
BINGO

Remain
BINGO

Remain
BINGO

