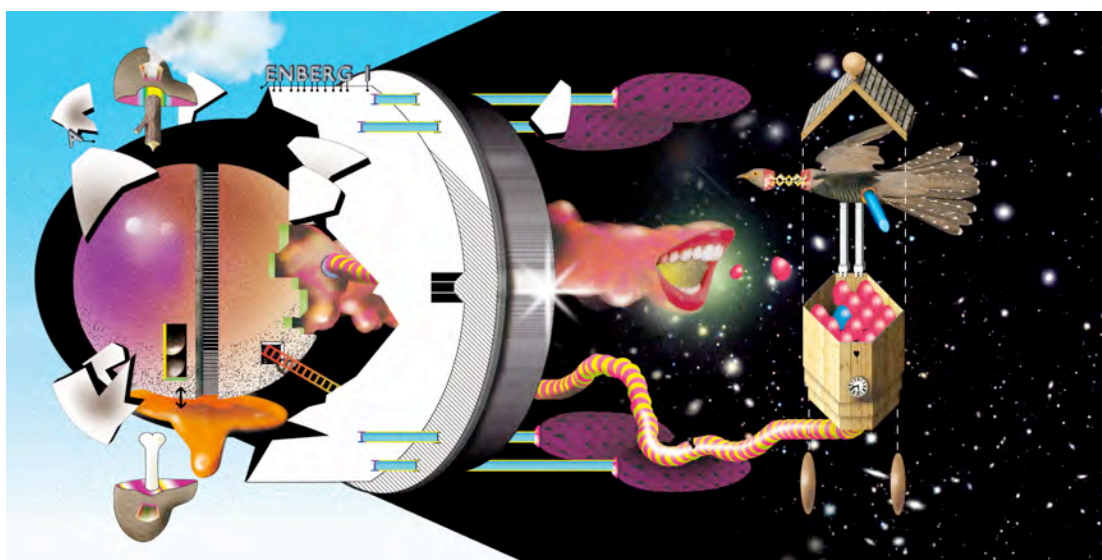


VOL AU-DESSUS D'UN NID DE COUCOU. Welke vertaling krijgt de Brusselse cultuurgebruiker op het menu? door Tine Holvoet en Speedism

Tine Holvoet is socioloog van opleiding en verbindt projecten, individuen en organisaties in een veelheid van disciplines en sectoren. Met de multidisciplinaire doe- en denktank TeamTank, vertrekt ze telkens van een aantal bestaande activiteiten. "Het zijn projecten of organisaties waarvan ik hou, waarvan ik denk dat ze ook voor een ruimer publiek interessant kunnen zijn." stelt ze. In plaats van PR voor een bedrijf, verkies ik het promoten van specifieke kennis binnen een ruimere context, zodat ze relevanter ingezet kan worden, méér van betekenis kan zijn, ook op plaatsen waar dat op het eerste zicht niet verwacht wordt."



TRANCE lated, ...and who flies to space then? © Speedism

Een jaar geleden ongeveer, vroeg ik me na een conferentie over de uitbreiding van de Belgische gevangenisinfrastructuur af waarom de gespecialiseerde kennis van een instituut als European Space Agency (ESA) niet wordt ingezet bij het ontwerpen van nieuw te bouwen gevangenissen. Of het nu om het design van een ruimteschip gaat, of dat van een gesloten instelling, telkens wordt gebruik gemaakt van onderzoeksresultaten over samenleven in een beperkte woon- en werkruimte. Het wordt helemaal boeiend wanneer die nieuwe kennis een heel ander licht op de zaak werpt. Bij het vergelijken van een delinquent en een astronaut, verdwijnt het strafelement even op de achtergrond, waardoor er ruimte vrijkomt om na te gaan “wat een mens nodig heeft om te overleven in een beperkte omgeving?” Kan iemand daarbij geholpen worden door bepaalde architectuurelementen, door esthetiek, comfort, beweging, voeding, muziek? En hoe zit die vergelijking met rust- en verzorgingstehuizen? Ook in omgekeerde richting kan kennisuitwisseling interessant zijn, wat heeft de astronaut nodig om gelukkig te zijn in zijn tijdelijke thuis?

Vaak beschikken heel uiteenlopende organisaties over kennis die erg aanvullend is, hoewel dat op het eerste zicht vaak niet zo opvalt. In de praktijk merk ik echter dat er niet altijd tijd is om op zoek te gaan naar nieuwe kennis of potentiële partners uit heel andere domeinen. Organisatoren hebben zelf zoveel praktische zaken te regelen dat de

tijd vaak ontbreekt om nieuwe contacten te leggen. Soms komt zo de inhoudelijke vernieuwing en uitbreiding van doelgroepen - in tegenstelling met wat iedereen wil - als laatste op de praktische agenda. Sommige instituten vinden een oplossing via een expert strategische vernieuwing, of een translator, iemand die de eigen werkzaamheden naar een bredere doelgroep vertaalt. Ook aan de meeste universiteiten zijn 'translatie' en 'wetenschapscommunicatie', het communiceren van onderzoeksresultaten in 'mensentaal', belangrijke begrippen.

Maar wat met kleinere organisaties? Hoe gebeurt die vertaling? Laten we even naar een heel letterlijk voorbeeld kijken aan de hand van een zeer specifiek Brussels voorbeeld: Cinéma Arenberg, de centraal gelegen art house bioscoop in een geklasseerd pand in de Brusselse Koninginnegalerij. Prachtige locatie, zeer inspirerende programmering van films, maar niet-Franstalige Brusselaars, nee die kennen dit filmhuis vaker niet dan wel.

Wanneer mij vorig jaar de vraag werd gesteld om mee een Nederlandstalige werking van de cinema uit te bouwen, leek het me logischer om eerst te onderzoeken wat Arenberg kenmerkt, en hoe een Nederlandstalige werking aan de Franstalige ploeg kan verbonden worden. We kwamen er al snel achter dat niet in de eerste plaats een Nederlandstalige, maar een algemeen niet-Franstalige assistentie nodig is. Cinéma Arenberg, is zoals de é toont, in de eerste plaats een Franstalige bioscoop, met naast een hele resem internationale titels, de grootste schatten van de Franstalige film van vandaag en vroeger. Als kind van mijn tijd, probeer ik dit niet als problematisch te bekijken, maar als een centraal kenmerk dat niet verloochend mag of moet worden. Potentiële bezoekers naar de juiste film leiden, via de juiste boodschap, dat lijkt meer de bedoeling dan veronderstellen dat Vlamingen er in ieder geval thuis zijn. Dit nieuwe publiek gidsen, welkom heten via de vermelding van de originele titel, de taal die gesproken en ondertiteld wordt, de herkomst van de film benadrukken, en de centrale thema's van films aan bestaande netwerken linken, is waar we nu aan werken. Maar kleine addertjes liggen vaak onder het gras; we zijn dan wel akkoord dat het om "A serious man" gaat, maar een klassieker als "One flew over the cuckoo's nest" veroorzaakt discussie over welk publiek welke filmtitel herkent. Bioscopen verwijzen naar de distributeurs en die op hun beurt naar het publiek. Terwijl internet de hele wereld samenbrengt, vertaalt de sector nog steeds "Dead Proof" naar "Boulevard de la Mort", of "Tutta la vita davanti" naar "Das ganze Leben liegt vor dir" – en dit misschien wel op vraag van een denkbeeldig publiek.

Stilstaan bij deze evidenties en onderzoeken hoe de boodschap naar een ruimer publiek vertaald kan worden, doet zich afvragen "hoe de anderen dat dan doen". Al gauw wordt over de taalgrens gekeken en wordt zo de hele werking aan een intern onderzoek en uitgebreide vergelijking onderworpen. En zo, ontdekt de Franstalige programmator misschien "De helaasheid der dingen" en komt een Vlaams publiek misschien te weten welke Franse films hot zijn.

Tine Holvoet is ook curator van de tentoonstelling "Toegepast: Fit to Boost!", een samenwerking tussen Design Platform Limburg en Design Vlaanderen in het kader van Design September. Deze loopt van 10 september tot 13 november in de Design Vlaanderen Galerie. Gelijktijdig stelt ze samen met Angelo Vermeulen de installatie "First room for MELiSSA, 1550-2050" voor op de stadstentoonstelling Coup de ville in Sint-Niklaas. Vanaf oktober gaat Auditorium 2010-2011 van start, de architectuurlezingenreeks in STUK die Tine Holvoet in opdracht van Stichting Stad & Architectuur samenstelde.