

HOUVAST BIEDEN IN EEN OP DRIFT GERAAKTE BEELDCULTUUR.

Een verslag van het Museumcongres op 8 en 9 oktober in de Abdij van Middelburg.

De 3^e editie van het Museumcongres vond dit jaar, na Maastricht en Groningen, plaats in een nieuwe uithoek van Nederland, te weten Middelburg. Het 'gijzelen' van het crème de la crème van de museumsector op een plek ver buiten de Randstad is de manier om onderlinge contacten te versterken. Dit bleek uit het geanimeerde gegons en gegalm van de ruim 750 museumprofessionals die in de Middelburgse abdij bijeen kwamen. Er was niet alleen ruime gelegenheid om te netwerken, het thema 'Ben ik in beeld', musea in tijden van beeldcultuur' zorgde voor aanknopingspunten voor bezinning op de rol van musea.

De aftrap werd gegeven door 'experience-goeroe' Joseph Pine die bepleitte dat musea hun authenticiteit moeten bewaren en bewaken. Degenen die, net zoals ik, de week daarvoor naar het Congres voor de podiumkunsten 2009 waren geweest, hadden overigens precies hetzelfde van deze spreker gehoord ten aanzien van podiumkunsten. Dit haalde de kracht van zijn uiteenzetting onderuit.

Filosoof Henk Oosterling haakte veel beter in op het congressthema. "Als het museum op de ondraaglijke lichtheid van het digitale bestaan inhaakt, levert het zich dan uit aan de barbarij van de afgodsbeelden?", vroeg hij zich af, "Doet digitale exposure afbreuk aan de authenticiteit van het geëxposeerde kunstwerk of erfgoed?" Hij pleitte voor het museum als 'infotaine totaaltheater', dat binnen een culturele interdisciplinaire context voedsel biedt voor permanente educatie.

Jan Müller, directeur van Beeld & Geluid, beaamde dat beelden meer zeggen dan woorden. Hij gaf aan dat er in zijn instituut meer dan 700.000 uur beeldmateriaal is opgeslagen, naast 2 miljoen foto's, en dit is nog maar een fractie van alle beelden die continu worden geproduceerd. De Belgische trendwatcher Tom Palmaerts las ons dan ook de les over de achterstand van musea als het gaat om het inhaken op visuele gemeenschappen van jongeren. Die bloggen en twitteren er lustig op los, sturen elkaar foto's en filmpjes via Hyves, Facebook en YouTube en zijn daardoor curatoren van hun eigen cultureel erfgoed. Musea zouden voor hen helemaal niet meer relevant zijn. Heeft het dan zin om toch te proberen om die geheel online levende *screenagers* ter wille te zijn? Volgens Jan Slagter, oprichter van Omroep Max, kunnen musea zich veel beter op de 50-plussers richten, aangezien die wel behoefte hebben aan de zingeving die musea kunnen bieden. Maar zouden veel jongeren inmiddels ook niet beeldschermmoe zijn en behoefte hebben aan de geheel andere ervaringen die musea kunnen bieden? Volgens Oosterling wel. Musea zouden houvast moeten bieden in de hedendaagse digitale Beeldenstorm. De taal in zijn infotaine museum is allereerst beeld, de taak is om inzicht te bieden in de proces- en vakmatige context van beeldproductie en toewijding bij het wekken en expliciteren van intermediale interesse. Dat kan alleen als er op de ervaringen van bezoekers wordt aangesloten en zij zelf deel van dit proces worden. Mensen willen immers ervaringen opdoen die ze als werkelijk van betekenis zien. Herkenning is de aanzet tot erkenning. Maar hoe bieden musea die herkenning? Niet door tevergeefs concurrentie aan te gaan met de virtuele werelden die het internet en de gameindustrie bieden, maar door de behoeften van (potentieel) museumpubliek te verkennen en serieus te nemen.

Inspelen op publieksbehoeften

De Museumstudio (voorheen TWV Media) had me gevraagd om vanuit publieksbehoeften te reageren op de typologie voor multimedia installaties die op het museumcongres werd geïntroduceerd (zie www.museumstudio.nl). Diverse onderzoeken hebben me geleerd dat museumpubliek vooral behoefte heeft aan informatie die aansluit op of verdieping biedt van reeds aanwezige kennis. Daarnaast is het belangrijk dat musea aansluiten op de ervaringen en identiteit van de bezoekers: men zoekt inderdaad (h)erkenning, zoals Oosterling veronderstelt. Naast deze cognitieve en emotionele behoeften spelen er ook sociale behoeften (vermaak, ontspanning, gezelligheid en

onderlinge interactie) en spirituele behoeften (inspiratie en reflectie), maar die wegen minder zwaar. Voorafgaand aan deze sessie bezocht ik het naast de congreslocatie gelegen Zeeuws Museum. Dit museum blijkt vooral in te spelen op spirituele behoeften. De gevarieerde collectie van wandtapijten, hedendaagse kunst en door diverse verzamelaars vergaarde historische en deels niet-Westerse kunstobjecten, aangevuld met nieuwe, in opdracht van het museum door kunstenaars, modeontwerpers en vormgevers ontwikkelde cultuurproducten worden gedecontextualiseerd gepresenteerd. Dit leidt tot prachtige exposities, waarbij de bezoeker kan wegdromen en zelf verbanden kan leggen. De schaarse en onleesbare objectteksten bieden weinig informatie. (H)erkenning is ook niet aan de orde, het lijkt vooral te gaan om de esthetische beleving van dit 'glittererfgoed'. Vergapen is belangrijker dan kennis bieden of aansluiten op de belevingswereld van de bezoeker. Net als in de virtuele werelden op het internet, maar op een geheel andere wijze, staat het visuele centraal. De authenticiteit van het museum wordt hier op een intelligente manier gehandhaafd en zelfs uitgebuit. Houvast wordt er echter niet geboden.

Kennis en (h)erkenning bieden

Musea kunnen ook op geheel andere wijzen recht kunnen doen aan hun authenticiteit, zo blijkt uit de spontane resolutie waarmee de museumdirecteuren Paul Spies (Amsterdams Historisch Museum) en Edwin Jacobs (Centraal Museum Utrecht) aan het einde van het congres kwamen. *"De Nederlandse musea gaan proactief de gemeenschap en de politiek benaderen om, vanuit onze kerntaken en met respect voor onze authenticiteit, plannen en programma's te ontwikkelen ter ondersteuning van sociaal-maatschappelijke opdrachten en projecten. Hiermee verwacht de museale branche dat er een wederkerigheid met de gemeenschap en de politiek ontstaat, met andere woorden, dat de politiek met haar meedenkt over de gemeenschappelijke opdrachten en de benodigde voorwaarden daarvoor scheidt."* Hoe musea die sociaal-maatschappelijke opdrachten en projecten gaan invullen bleef open. Zelf kreeg ik associaties met informele leeromgevingen, die naast kennisvermeerdering ook ontspanning en ontmoeting bieden en met reminiscentie, het oproepen en vormgeven van herinneringen. Het enthousiasme waarmee de congresbezoekers op deze resolutie reageerden, geeft mij in ieder geval de hoop dat er oog is voor de behoeften aan ankers die musea kunnen bieden: zowel voor senioren als voor jongeren.

MMNieuws
www.MMNieuws.nl

Letty Ranshuysen
www.lettyranshuysen.nl / letty@lettyranshuysen.nl