



---

**NATIONALE  
KENNISAGENDA  
VOOR HET  
MUSEALE VELD**

---



# Nationale Kennisagenda voor het Museale Veld

## Colofon

Redactie: Anne Versloot

Beeldredactie: Karen te Brake-Baldock

Vormgeving: CreaBea, Amersfoort

Druk: Drukkerij Zalsman, Zwolle

Foto omslag: Amsterdam Museum, Jeroen Oerlemans.

ISBN: 9789057992315

[info@cultureelerfgoed.nl](mailto:info@cultureelerfgoed.nl)

[www.cultureelerfgoed.nl](http://www.cultureelerfgoed.nl)

Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, Amersfoort, oktober 2014

# Inhoud

## Deel 1

1. Musea en wetenschap .....	6
2. Inzet en ambitie .....	8
3. Verbreding van onderzoek .....	10
4. Midden in de samenleving .....	14
5. Nieuwe wegen .....	16
1. Musea genereren kennis en context .....	16
2. Musea bieden emotie en inspiratie .....	19
3. Musea verrijken de samenleving .....	20
6. De toekomst .....	22
<b>Bibliografie</b> .....	<b>23</b>

## Deel 2

<b>Inleiding</b> .....	<b>27</b>
------------------------	-----------

### Essays:

Julia Noordegraaf: Collect en Connect. Collectiewaarde in een digitaal tijdperk .....	28
Charles Esche: Het kunstmuseum in de hybride samenleving .....	38
Carla van Boxtel: Naar meer waarde in museumeducatie: ambities, didactische uitdagingen en professionalisering .....	48
Arnoud Odding: Over waarheid en waardering .....	58
René Goudriaan: Musea in economisch perspectief .....	66

<b>Projectorganisatie</b> .....	<b>75</b>
---------------------------------	-----------



# Deel 1

Nationale Kennisagenda  
voor het Museale Veld

# 1. Musea en wetenschap

Musea zijn van grote betekenis voor de samenleving. Ze vormen een dynamische culturele sector, leveren een grote bijdrage aan de ontwikkeling van kennis, historisch besef, identiteit en sociale cohesie én ze zijn een economische factor van betekenis. Om hun maatschappelijke rol in de toekomst nog beter te kunnen vervullen en te versterken is kennisontwikkeling essentieel. Behalve op het gebied van collecties (zoals presentatie en conservering), zijn er vooral nieuwe ideeën en inzichten nodig met betrekking tot kennisoverdracht, de beleving bij het publiek, de economische impact en de verbindende rol van musea in de samenleving. Aspecten die nog maar weinig musea zelf (wetenschappelijk) onderzocht hebben. Bovendien is het contact met universiteiten, (culturele) instituten en onderzoekers vaak nog te weinig gestructureerd om van hun kennis profijt te hebben. Samenwerking met en inzet van andere wetenschappelijke instellingen en disciplines is om die reden onontbeerlijk.

Tot nog toe zijn de wetenschappelijke taken en activiteiten van musea vooral gedefinieerd vanuit de waarde van de collecties. Presentatie en conservering nemen de wetenschappelijke capaciteit van musea nagenoeg geheel in beslag en bepalen de relatie met de universiteit. Het sterk toegenomen belang van de maatschappelijke functie van het museum maakt een samenwerking met andere onderzoekers en disciplines urgent en belangrijk, zoals sociale psychologie, marketing en communicatie, informatiewetenschappen of bedrijfskunde. Daarnaast zullen ook andere onderdelen van de museale organisatie betrokken moeten worden bij de formulering van de kennisvraag.

Samenwerking tussen musea, universiteiten, hbo-instellingen, het Karel van Mander Instituut en de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (RCE) kan de wetenschapsfunctie van musea versterken, zoals de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap formuleerde in de Museumbrief 'Samen werken, samen sterker'. Eerder adviseerden de Raad voor Cultuur, de Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen (KNAW) en de commissie Asscher-Vonk al dat een betere afstemming het wetenschappelijk onderzoek zou bevorderen. Bovendien kan meer aansluiting worden gezocht bij relevante activiteiten van Nederlands Wetenschappelijk Onderzoek (NWO), KNAW en initiatieven uit de academische wereld zoals de Onderzoeksagenda van de Onderzoeksschool Kunstgeschiedenis (OSK).

Zo kent NWO al een aantal programma's dat een meer of minder nadrukkelijke relatie heeft met het museale veld, zoals Science4Arts, dat zich specifiek richt op een samenwerking tussen de alfa- en bètawetenschappen bij het onderzoek naar conservering en behoud van kunstvoorwerpen. Het programma CATCH (Continuous Access To Cultural Heritage) maakt onderzoek mogelijk naar de digitale ontsluiting van collecties door IT-onderzoekers en erfgoedbeheerders. Daarnaast heeft NWO onlangs een Memorandum of Understanding getekend met het Rijksmuseum, de RCE, TNO en de TU Delft om natuurwetenschappelijk onderzoek mogelijk te maken en uit te voeren in relatie met kunstobjecten en erfgoedwaarden.

In november 2014 presenteert de Onderzoeksschool Kunstgeschiedenis, waarin verschillende grote Ne-





Museum De Fundatie, Zwolle

derlandse musea alsook de RCE participeert, haar onderzoeksagenda 'Perspectief. Onderzoeksagenda Kunstgeschiedenis'. De OSK stelt nadrukkelijk dat het een samenhangende onderzoeksagenda heeft willen opstellen 'waarin bijvoorbeeld de samenwerking tussen academische onderzoekers en buiten-universitaire onderzoekscentra (onder andere musea) ook op het gebied van de wetenschappelijke opleiding, prominent aanwezig is'.

Maar voor het museale veld ontbreekt vooralsnog een gemeenschappelijke kennisagenda. De minister van OCW heeft daarom het Karel van Mander Instituut, NWO, KNAW en de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed de opdracht gegeven om samen met de museumsector voor het eerst een gemeenschappelijke agenda te ontwikkelen. De opdracht is mede gebaseerd op de consultatieronde waarmee de minister voor de Museumbrief de verschillende instellingen in het museale veld raadpleegde.

De Kennisagenda voor het Museale Veld die hieruit voortgekomen is, is in de eerste plaats een instru-

ment van en voor het museale veld. Het biedt de musea de mogelijkheid hun kennisvraag gericht te formuleren en hun relatie met onderzoekers en universiteiten te structureren en te sturen. Daarbij gaat het niet alleen om de formulering van de onderzoeksvragen die het wetenschapsveld nodig heeft om de gewenste kennis te ontwikkelen. Zeker zo belangrijk is de toepassing en borging van de kennis door de vertaling van de kennis naar instrumenten en inzichten, procedures en competenties die bruikbaar zijn in de museale praktijk.

Deze Kennisagenda voor het Museale Veld, naast andere kennis- en onderzoeksagenda's en -programma's, beoogt aan te sluiten bij bestaande initiatieven en een versterking te bieden op de wetenschappelijke inspanningen die onderzoekers leveren ten behoeve van het museale veld. Want het is noodzakelijk dat de musea beargumenteerde antwoorden krijgen op de kennisvragen die nu en in de toekomst spelen. Op die manier behouden de musea hun grote maatschappelijke betekenis voor de samenleving.

## 2. Inzet en ambitie

Musea hebben vanouds een sterke band met onderzoek en wetenschap. Een deel komt regelrecht voort uit wetenschappelijke verzamelactiviteiten, zoals de universiteitsmusea. Ook een aantal rijkscollecties heeft een universitaire en wetenschappelijke oorsprong en die is nog goed herkenbaar. Het Rijksmuseum van Oudheden, het Rijksmuseum Volkenkunde, Museum Boerhaave en Naturalis – de Leidse rijksmusea – hebben allemaal een wetenschappelijke staf van statuur en zijn middels hoogleraarposten en hoofddocentschappen aan de universiteit verbonden. Ook wetenschappelijk veldwerk behoort nog steeds tot hun museale beleid, al is dat minder dan in het verleden. En er zijn meer musea, waarvan de directeur of een conservator een leerstoel bekleedt.

Andere musea koesteren evenzeer hun banden met de universiteit en het wetenschappelijk onderzoek. Teylers Museum en het Zeeuws Museum, bijvoorbeeld, wortelen diep in de traditie van achttiende- en negentiende-eeuwse wetenschappelijke genootschappen van de verlichte burgerij. En het merendeel van de, zo niet alle, historische musea komt voort uit plaatselijke historische verenigingen, die zich met overgave toeleggen op onderzoek naar de lokale geschiedenis. Een opmerkelijk gezelschap in dit verband is het KOG, het Koninklijk Oudheidkundig Genootschap, verbonden aan het Rijksmuseum, dat zijn collectie in bruikleen heeft gegeven en sinds 1990 een leerstoel aan UvA mogelijk maakt.

In de nota 'Meer dan Kwaliteit' (2011) is de wetenschappelijke taak voor musea belegd bij zes kerninstellingen – het Rijksmuseum Amsterdam, Rijksmuseum van Oudheden, Het Rijksmuseum Volken-

kunde, NCB Naturalis, Museum Catharijneconvent, het Letterkundig Museum (en het Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie) – die een leidende rol in het museale netwerk voor het wetenschappelijke domein vervullen.

Cijfers over de wetenschappelijke capaciteit van musea kunnen worden gebaseerd op de Museumcijfers 2012<sup>1</sup> en de Erfgoedmonitor<sup>2</sup>. Voor deze kennisagenda is een beknopt aanvullend onderzoek gedaan naar de musea die door de Erfgoedmonitor zijn bevraagd. Volgens de Museumcijfers 2012 valt 5,19% van de betaalde medewerkers van musea in de categorie wetenschap. Voor de onbetaalde medewerkers is dat 4,42%. Dat zijn omgerekend respectievelijk 306 en 163 fte's. Voor de Erfgoedmonitor is in 2012 eveneens onderzocht hoeveel fte's musea aan wetenschappelijk onderzoek besteden. Uitgangspunt voor dit onderzoek zijn de kerninstellingen, aangevuld met enkele andere grote musea. Daaruit bleek dat het bij de betreffende musea – buiten Naturalis – om circa 50 fte's gaat. De afwijking is te verklaren uit het verschil tussen wetenschappelijk werk en wetenschappelijk onderzoek.

### Wetenschappelijke activiteiten van musea

In de reacties van musea klinkt de ambitie door om wetenschappelijk onderzoek als structureel onderdeel van de museale functie te behouden, te borgen en te versterken. De recente ontwikkelingen, waarvoor soms grote verschuivingen hebben plaatsgevon-

<sup>1</sup> [www.museana.net](http://www.museana.net)

<sup>2</sup> [www.erfgoedmonitor.nl](http://www.erfgoedmonitor.nl)

den, zoals de samenvoeging van drie volkenkundige musea tot het Nationaal Museum van Wereldculturen, lijken te hebben geleid tot een nieuwe energie om de wetenschappelijke functie vorm te geven. Het Nationaal Museum van Wereldculturen ontwikkelt een Research Centre for Material Culture, dat de onderzoekslijnen van de fusiepartners moet bundelen en het museum een nieuwe internationale positie moet verschaffen. Museum Het Catharijneconvent heeft, nadat het onderzoeksbureau SKKN aan de organisatie is toegevoegd, het wetenschappelijk beleid opnieuw vormgegeven en in een nieuw perspectief geplaatst. Het museum heeft in de doelstellingen opgenomen dat het als kenniscentrum kennis wil delen en ontwikkelen door middel van gerichte samenwerking met collega-musea en wetenschappers. Wetenschappelijk onderzoek komt dus bij de verschillende musea steeds meer op de voorgrond te staan. Ook Museum Boerhaave geeft aan zichzelf te willen ontwikkelen als knooppunt in een kennisnetwerk met een volwaardige positie in het academische wetenschapshistorische veld en zoekt afwisselend partners als Philips Research en het College ter beoordeling van geneesmiddelen. Het Rijksmuseum van Oudheden kondigt in het huidige collectieplan aan dat er in 2014 een apart Onderzoeksplan zal worden geschreven met daaraan gekoppeld een onderzoeksagenda. Het Van Gogh Museum begint eind 2014 met het opstellen van een nieuw onderzoeksbeleidsplan.

Bij verschillende musea komt de wetenschappelijke functie tot uiting in een programmering van lezingen, seminars, conferenties en andere bijeenkomsten of evenementen. De rol van curator wordt in deze musea niet beperkt tot de wetenschappelijke onderbouwing van een selectie van kunstwerken en de presentatie ervan in een tentoonstelling. De inzet van het wetenschappelijke netwerk van onderzoekers komt tot uiting in randprogrammering met een steeds meer zelfstandig karakter.

Conservatoren en wetenschappelijk medewerkers publiceren vanouds regelmatig in wetenschappelijke tijdschriften. Terwijl de situatie voor wetenschappelijke tijdschriften in een aantal gevallen minder florissant lijkt te worden, blijken musea ruimte te zien om een eigen wetenschappelijk tijdschrift uit te geven.

Het Rijksmuseum heeft met The Rijksmuseum Bulletin een *peer reviewed* wetenschappelijk tijdschrift, dat zich richt op een internationale doelgroep van onderzoekers en geïnteresseerden. Het Stedelijk Museum is van plan om nog in 2014 in samenwerking met zes universiteiten een *peer reviewed* tijdschrift te beginnen dat als e-zine zal verschijnen onder de titel Stedelijk Studies, eveneens gericht op een internationaal publiek van academisch niveau.

De grootte van het museum is niet altijd bepalend voor de wetenschappelijke ambitie en inzet. Kleine musea kunnen een grote ambitie laten zien, soms ingegeven door de specifieke niche waarin ze opereren. Het museum Klok & Peel in Asten staat in de mondiale top vijf van collecties van luidklokken (carillons, kerkklokken) en heeft onlangs een eerste stap gezet om een internationaal expertcentrum voor campanologie te realiseren. Japanmuseum Sieboldhuis in Leiden maakt slim gebruik van de vele mogelijkheden die de unieke collectie biedt voor wetenschappelijke activiteiten en weet zich verbonden met een breed universitair netwerk. Het Natuurhistorisch Museum Rotterdam heeft een indrukwekkende staf van conservatoren die op vrijwillige basis aan het museum verbonden zijn en een belangrijk deel van het wetenschappelijke werk voor hun rekening nemen. Bij natuurhistorische musea komt deze constructie van honorair conservator vaker voor.

Uit de navraag die voor de kennisagenda is gedaan bij de musea uit het onderzoek van de Erfgoedmonitor, aangevuld met enkele andere grote musea, blijkt dat musea hun wetenschappelijk onderzoek voornamelijk richten op de ontwikkeling van tentoonstellingen, de geschiedenis en samenstelling van de collectie en de conservering en restauratie van objecten. Enkele musea gaven aan ook onderzoek te doen naar het maatschappelijk functioneren. Het Amsterdam Museum doet onderzoek naar de verbindende waarde van het museum bij de op participatie gerichte verzamel- en tentoonstellingsprojecten in buurten als Amsterdam-Oost. Het Stedelijk Museum, het Van Gogh Museum en het Rijksmuseum participeren in een promotieonderzoek van de UvA naar de educatieve waarde van rondleidingen. Het Rijksmuseum komt dit najaar met een wetenschappelijke agenda waarin samenwerking en publieke relevantie centraal staan.

# 3. Verbreding van onderzoek

Het doel van de kennisagenda is het onderzoek door, voor en over musea te benoemen waarmee de maatschappelijke betekenis van de musea in de samenleving kan worden versterkt. In de publicatie 'Meer dan waard' (2011) van de Museumvereniging is die betekenis gebaseerd op vijf museale waarden: collectiewaarde, verbindende waarde, educatieve waarde, belevingswaarde en economische waarde.

Kennisontwikkeling op het terrein van collecties is noodzakelijk, maar niet voldoende in het licht van de maatschappelijke betekenis van het moderne museum. Nieuwe ideeën en inzichten in de sociaal-culturele functie van het museum als maatschappelijk instituut – educatieve methoden en technieken, (digitaal) publieksbereik en -beleving, de economische aspecten van het museale bedrijf en de voorkeuren van de moderne museumconsument – zijn essentieel om te garanderen dat musea ook in de toekomst een betekenisvolle maatschappelijke rol en ambitie kunnen (blijven) waarmaken.

De breedte van die kennisopgave overstijgt de oriëntatie en mogelijkheden van veel individuele instellingen en vraagt om een interdisciplinaire benadering. De samenwerking tussen musea onderling in het agenderen, structureren en laten uitvoeren van onderzoek is essentieel. De samenwerking van het museale veld met universitaire onderzoekers en wetenschappelijke instellingen is noodzakelijk om een antwoord te vinden op de kennisvragen van nu en die in de toekomst.

De ontwikkeling van de Kennisagenda voor het Museale Veld past in een brede ontwikkeling om maatschappelijke kennis- en onderzoeksvragen

planmatig te benaderen. Zo zijn er de laatste jaren in diverse maatschappelijke domeinen kennis- en onderzoeksagenda's geformuleerd. Een recent voorbeeld uit de sportsector is het 'Sectorplan sportonderzoek en -onderwijs 2011-2016' dat tot stand is gekomen in samenwerking met ministeries, hogescholen, universiteiten, onderzoeksinstituten, NOC\*NSF, sportbonden en sportserviceorganisaties. Ook internationaal zijn interessante voorbeelden verschenen zoals 'The English Heritage Agenda 2005-2010' of de publicaties van het Amerikaanse Center for the Future of Museums.

Voor de ontwikkeling van deze kennisagenda zijn onderzoeksgegevens benut van vergelijkbare kennis- en onderzoeksagenda's, specifieke analyses door experts en algemene veldconsultaties van het museale veld. Bij het opstellen waren de belangrijkste vragen:

- Welke trends zijn relevant voor het functioneren van musea?
- Voor welke opgaven of uitdagingen zullen musea zich de komende tien jaar gesteld zien? In hoeverre zijn musea wel/niet toegerust om op deze trends in te spelen of het hoofd te bieden aan deze uitdagingen?
- Welke kennis is nodig om de maatschappelijke rol en betekenis van musea op korte en middellange termijn te ondersteunen?
- Door wie en in welke verbanden kan deze kennis het beste worden verzameld?
- Op welke wijze kan deze nieuwe kennis tot brede en effectieve toepassing komen?

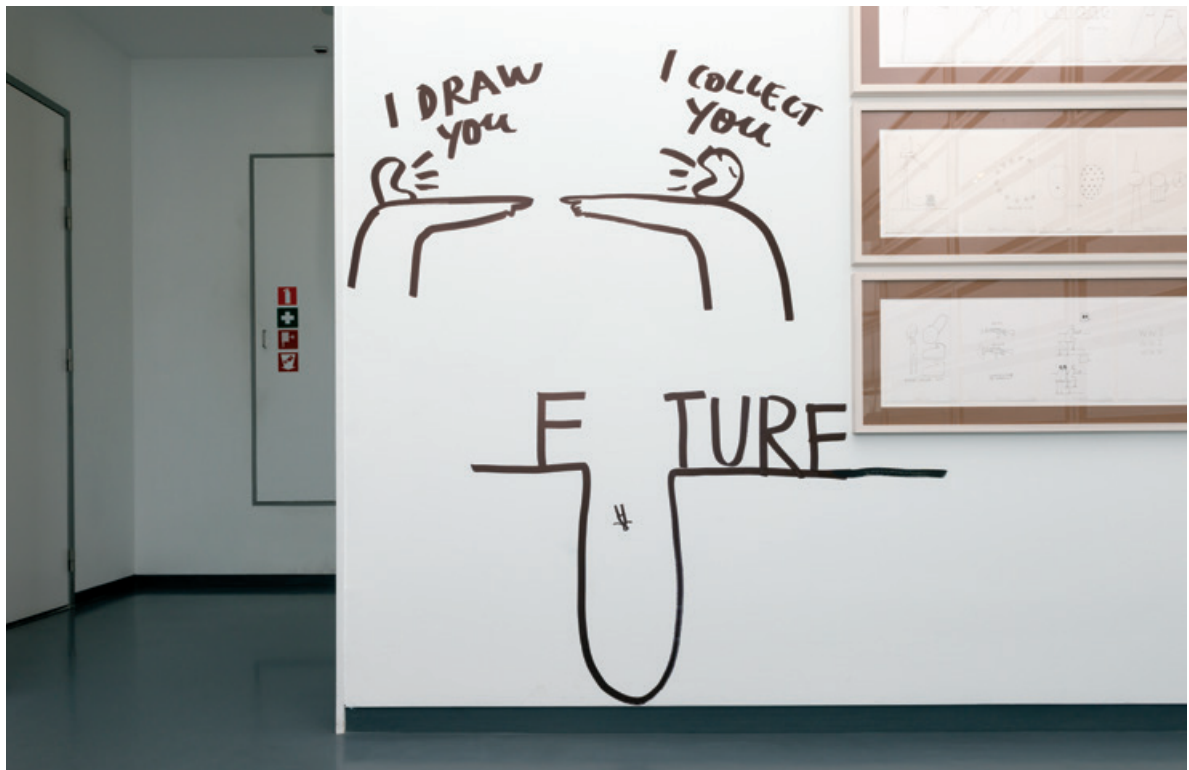
## Kennisagenda en uitvoeringsagenda

Er is gekozen om onderscheid te maken tussen de *kennisagenda* als inhoudelijk kader en de *uitvoeringsagenda*. De kennisagenda bevat de belangrijkste en meest urgente kennisvragen voor de toekomst van musea. Om die vragen in kaart te brengen, zijn gesprekken gevoerd met een groot aantal vertegenwoordigers van het museale veld en andere deskundigen. Daarnaast hebben vijf experts essays geschreven over relevante onderwerpen, die als deel 2 van deze agenda zijn gebundeld. Ze bevatten waardevolle inzichten en aanbevelingen die bij het opstellen van de agenda zijn gebruikt.

De kennisagenda biedt de basis voor een uitvoeringsagenda in de toekomst. Die zal richting bieden *hoe*, door *wie* en *wanneer* het benodigde onderzoek kan worden georganiseerd binnen beschikbare financiële kaders, nationaal en internationaal, en binnen bestaande en toekomstige onderzoeksprogramma's. De kennisopgaven overstijgen in de praktijk de oriëntatie en mogelijkheden van veel individuele

musea en vragen om een interdisciplinaire en instelling overstijgende benadering. Te denken valt aan disciplinegericht wetenschappelijk onderzoek (kunsthistorisch, natuurhistorisch, etnologisch, historisch, etc.) en /of interdisciplinair onderzoek. Maar ook aan materiaaltechnisch onderzoek, restauratieonderzoek, pedagogisch en vakdidactisch onderzoek, onderzoek naar leerstrategieën en leereffecten, kennisoverdracht met nieuwe media (bijvoorbeeld *augmented reality*, *embodied cognition*) en expertise op het gebied van communicatie, bedrijfskunde en economie.

Deze kennisagenda is voor het gehele museale veld en gericht op de langere termijn met een tijdshorizon van tien jaar. Het is de uitdaging om de blik van het onderzoek te verbreden en de samenwerking door wetenschappers uit de universitaire wereld met musea te versterken. Misschien nog belangrijker is de vertaling van de nieuwe kennis en inzichten in praktisch toepasbare concepten en instrumenten.



Tekeningen van Dan Perjovschi, van de collectiepresentatie 'Er was eens... De collectie nu', Van Abbemuseum, Eindhoven, 2013. Foto: Peter Cox





introdactie

doek

grondering

onderschildering

pentimenti

stofuitdrukking

licht en kleur

colofon



Vooral voor de breedte van het museale veld, dat voor een groot deel bestaat uit kleinere instellingen, is deze vertaalslag van belang. Nederland kent een fijnmazig netwerk van kleine en middelgrote musea, die niet alleen een belangrijke maatschappelijke rol vervullen voor een grote diversiteit van doelgroepen. Het is vaak de binding met de directe omgeving, de lokale gemeenschap, waardoor ze een unieke plaats in de maatschappij innemen. Kennis om die maatschappelijke rol te kunnen vervullen en uit te bouwen is een gedeeld belang van de gehele museale sector.

Concreet beoogt deze kennisagenda het museale veld te faciliteren en het wetenschappelijk onderzoek te stimuleren, voor en door het museale veld. Met een agenda is het beter mogelijk middelen gericht in te zetten en naar fondsen te zoeken. Ook helpt de agenda musea om (beter) aan te sluiten op de onderzoeksprogrammering van NWO en andere bronnen ter bevordering van onderzoek nationaal en internationaal.

### Onderzoek en talentontwikkeling

De kennisagenda is een eerste belangrijke stap en zal van alle betrokken partijen langdurige aandacht en inzet vergen. Zoals aangekondigd in de Museumbrief zal de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap een eerste aanzet geven bij de uitvoering van de kennisagenda door een aantal onderzoeksbeurzen ter beschikking te stellen.

Om talentontwikkeling op het vlak van wetenschappelijk onderzoek door musea te stimuleren, zal via NWO jaarlijks een aantal beurzen ter beschikking komen voor museummedewerkers die onderzoek wensen te doen op de thema's binnen het kader van deze kennisagenda. Ze zijn daarmee een investering in kennis ten behoeve van het museale veld. Maar bovenal vormen ze een investering in talenten en mensen. Een nadere toelichting van de criteria en voorwaarden voor de beurzen staat op de website van NWO.

In de volgende hoofdstukken wordt nader ingegaan op de maatschappelijke rol van musea en de kennis die daarvoor gewenst is.

## 4. Midden in de samenleving

De samenleving verandert, de behoeften van het publiek veranderen, de rol van de overheid verandert. Daarmee veranderen ook de musea. Musea richten hun blik in toenemende mate op de buitenwereld. Ze heroriënteren zich op hun identiteit, op hun profiel en op nieuwe manieren om hun publiek te bereiken. Op allerlei terreinen gaan ze nieuwe verbindingen en partnerschappen aan. Ze worden steeds meer ondernemend; spelen met hun programma's in op de behoeften van de markt en zijn op zoek naar nieuwe inkomstenbronnen en nieuwe partnerschappen om hun missie te kunnen vervullen.

De centrale vraag voor deze kennisagenda is welke kennis musea nodig hebben in dit proces van innovatie om hun maatschappelijke betekenis te waarborgen en te versterken. Met het oog op deze maatschappelijke betekenis van het museum voor nu en in de toekomst is het belangrijk om ook bij de kennisopgaven voor de toekomst de volle betekenis van het museum voor ogen te houden. Kennis wordt ontwikkeld en uitgewisseld in (internationale) netwerken. Digitalisering en sociale media maken kennis toegankelijk voor iedereen op elk moment, overal. De grenzen tussen echt en onecht, waar en onwaar, worden fluïde als gevolg van de technologische revolutie.

Het gedrag van het publiek is sterk veranderd. Publieksvoorkeuren zijn divers en niet zomaar te koppelen aan een eenduidige doelgroep. Veel mensen willen vooral iets bijzonders ervaren en meemaken en waar dat plaatsvindt, in een museum, op een festival of ergens anders, is minder relevant. Anderen zoeken vooral verdieping en informatie. Bezoekers

willen graag zelf invloed hebben en betrokken zijn.<sup>3</sup> Bovendien vervagen de klassieke scheidslijnen tussen cultuurdisciplines. De ontwikkeling van 'cultuurhuizen' in veel steden, waarin functies als bibliotheek, museum en archief worden gecombineerd is daar een uitingvorm van. Bestuurlijk vinden verschuivingen plaats. De rijksoverheid is geleidelijk meer op afstand komen te staan. Stedelijke overheden worden door decentralisatie steeds meer het brandpunt, ook voor culturele ontwikkeling. Een onderwerp van groeiende betekenis is de rol van Europa, die is prominent geagendeerd in de Agenda 2026.<sup>4</sup>

In het beleid van overheden en instellingen is de nadruk op meetbaarheid van prestaties toegenomen. Er is minder subsidie beschikbaar en andere geldbronnen, van fondsen, bedrijven en private partijen worden belangrijker.

### De rol van musea

'Musea zijn spiegels naar het verleden en naar de toekomst', zo staat er in 'Musea voor Morgen'.<sup>5</sup> Hun authentieke collecties verbinden verleden, heden en toekomst met elkaar. De behoefte aan authenticiteit en zingeving groeit, juist in een samenleving waar in-

<sup>3</sup> Zie ook 'De Cultuurverkenning. Ontwikkelingen en trends in het culturele leven in Nederland', Raad voor Cultuur, Den Haag, juni 2014.

<sup>4</sup> 'Agenda 2026, Toekomstverkenning voor de Nederlandse museumsector', Nederlandse Museumvereniging september 2010.

<sup>5</sup> Uit 'Musea voor Morgen', Nederlandse Museumvereniging en Vereniging Rijksge subsidieerde Musea, 30 september 2012.





Museumnacht Rotterdam. Foto: Bas Czerwinski

formatie overvloedig voorhanden is. Musea bevinden zich daarom in potentie in een groeiemarkt, maar wel in een markt waar toenemende concurrentie is van andere, ook commerciële vormen van vrijetijdsbesteding. De kunst is om een eigen unieke plaats binnen die markt te vinden. Dat hangt af van het type museum, de omvang, de locatie, de mogelijkheden die de collectie biedt, et cetera. Onderstaand toekomstbeeld biedt een schets van mogelijke elementen.

### Het Museum van Morgen

Musea spelen in op de behoefte aan verhalen en beelden die structuur en betekenis geven aan de overvloed van informatie die op mensen afkomt in hun dagelijks leven. Met hun collecties en hun netwerken kunnen musea eindeloos nieuwe verhalen vertellen en nieuwe contexten toevoegen. Musea zijn geen neutrale, waardevrije instellingen. Ze kiezen uit het enorme reservoir van kennis dat bij henzelf en anderen aanwezig is het 'frame'<sup>6</sup> dat hen

in staat stelt een betekenisvol of inspirerend verhaal te vertellen. Met gebruik van specialistische kennis geven ze antwoord op vragen die bij bezoekers leven en zijn een *showcase* voor de nieuwste inzichten in wetenschap en kennis.

In die zin zijn musea ook een etalage voor wetenschappelijke instellingen, die zelf voor die publieksfunctie niet zijn toegerust, en voegen ze maatschappelijke waarde toe aan wetenschappelijk onderzoek. Ze leggen naar gelang hun profiel en missie verbanden met andere culturele en maatschappelijke instellingen en opereren binnen een variëteit aan sociale netwerken. De interactie met het publiek en de behoeften van het publiek zijn cruciaal.

Het museum van morgen is geen zender van informatie maar nodigt uit tot meedenken, meedoen en dialoog. Het publiek vindt in het museum niet alleen een plaats van bezinning en *serious pleasure* maar ook een platform en ontmoetingsplek voor mensen en ideeën.

<sup>6</sup> Zie essay Odding p. 60, die de term 'framen' gebruikt en spreekt van 'op feiten gebaseerde subjectiviteit'.

# 5. Nieuwe wegen

Musea zoeken in een snel wijzigend maatschappelijk landschap naar nieuwe wegen om hun relevantie aan te tonen, (financieel) draagvlak te vinden, partners en sponsors aan zich te binden en te voldoen aan de behoeften van een veeleisend en heel divers publiek. Op welke gebieden liggen de uitdagingen en welke kennis is nodig om de uitdagingen van de toekomst aan te kunnen?

Die vraag wordt in dit hoofdstuk beantwoord door het beschrijven van **drie lijnen**, die de maatschappelijke betekenis van het museum bundelen. Elke lijn is geïnspireerd op een of meer van de publieke waarden uit 'Meer dan waard' die als richtsnoer voor de kennisagenda zijn gekozen. De drie lijnen sluiten elkaar niet uit en overlappen regelmatig.

Per lijn wordt beschreven:

- a. een korte analyse van de stand van zaken op dat gebied
- b. een opsomming van de belangrijkste ambities, met de daaruit voortvloeiende onderzoeksvragen.

## 1. Musea genereren kennis en context

Musea hebben met hun unieke collecties een kapitaal waarvan de waarde niet overschat kan worden, niet alleen in culturele zin, maar ook als bron van kennis in de huidige kennissamenleving. In de discussies in de aanloop naar deze kennisagenda kwam regelmatig naar voren dat de verbinding tussen collectie en publiek centraal zou moeten staan. Hoe kun je de betekenis van collecties voor het publiek vergroten? Hoe kun je de betrokkenheid van burgers bij erfgoed versterken?

### onderzoek naar de collectie

Vanouds zetten musea onderzoek in om relevante kennis en feiten te verzamelen over de collectie: over de materiële aspecten van collecties, over conservering en restauratie. Kennis van die materiële aspecten blijft van enorme betekenis. 'Zolang authenticiteit een van de *unique selling points* is, moeten we zoveel mogelijk willen weten van het authentieke object.'<sup>7</sup> Daarnaast is ook onderzoek naar de geschiedenis van collecties en collectievorming en de waarderingsge-

<sup>7</sup> Uitspraak van een van de deelnemers aan de sessie over collectiewaarde onderdeel van de werkbijeenkomst over de kennisagenda, georganiseerd door de RCE op 24 april 2014.

1. Musea genereren kennis en context

Collectiewaarde  
Educatieve waarde

2. Musea bieden emotie en inspiratie

Belevingswaarde

3. Musea verrijken de samenleving

Verbindende waarde  
Economische waarde

schiedenis van groot belang voor de vorming, uitwisseling en selectie van collecties in de toekomst. Voor het vergroten van de betrokkenheid van burgers bij hun cultuurbezit biedt het interessante mogelijkheden die verder onderzocht moeten worden. Restauraties op zaal bijvoorbeeld of presentaties over onderzoek naar materiële aspecten van schilderijen blijken op grote interesse van het publiek te kunnen rekenen en dragen bij aan het maatschappelijke draagvlak voor de collecties en de activiteiten van musea.

### bron van kennis

Met de collectie als de constante bron in een veranderende maatschappelijke context zoeken musea steeds opnieuw naar de betekenis van voorwerpen in relatie tot de maatschappelijke actualiteit. Bij die continue zoektocht naar (potentiële) betekenissen worden verbanden gelegd tussen collecties en kennis 'binnen' en 'buiten' het museum.

Musea worden vaak als 'schatkamers' beschreven. In de discussies over de kennisagenda dook ook regelmatig de dynamischer term 'werkplaats' of 'gereedschapskist' op.<sup>8</sup> Dat sluit aan bij de gedachte dat niet zozeer feitenkennis van belang is in de eenentwintigste eeuw, maar het kunnen gebruiken van kennis in diverse contexten. Educatie, de klassieke functie van het museum, wordt dan 'betekenis- en kenniscreatie' waarbij maximaal ruimte is voor de inbreng van de gebruiker. Het functioneren als hedendaagse leeromgeving, die ook inzetbaar is in het onderwijs, betekent in die denkwijze dat musea ruimte geven voor interactie en participatief leren, dialoog en reflectie, en minder nadruk leggen op overdracht van informatie en feitenkennis.<sup>9</sup> De educatieve waarde ligt dan minder in het overdragen van kant-en-klare concepten, maar vooral in het gezamenlijk ervaren en reflecteren en laten zien dat er meer perspectieven op de werkelijkheid zijn. Die benadering sluit nauw aan bij de ontwikkelingen die gaande zijn in het onderwijs zelf. Om de kwaliteit van museumeducatie verder te bevorderen is er behoefte aan kennisontwikkeling over het leren en onderwijzen in musea, over de instrumenten en de leereffecten die ze teweegbrengen, zoals ook in het essay van Carla van Boxtel naar voren wordt gebracht.

### digitalisering

Een aspect dat grote betekenis heeft voor alle museale functies is de voortschrijdende digitalisering. Digitalisering zet het museum als fysiek instituut met authentieke collecties in een heel nieuw perspectief. Collecties worden in hoog tempo gedigitaliseerd en via Google kun je in een virtueel museum rondlopen en zelfs je eigen tentoonstelling maken.

Het biedt musea de mogelijkheid nieuwe presentaties te vormen en betekenissen toe te voegen over de grenzen van instellingen heen (Voorbeelden daarvan zijn de websites over Delfts aardewerk van het Gemeentemuseum Den Haag; of Aziatisch keramiek, een samenwerkingsproject van vier musea, die de eigen collecties koppelen aan collecties elders en daar informatie aan toevoegen voor de gebruiker). Digitale technologie maakt het mogelijk echte voorwerpen te bestuderen op een detailniveau dat voorheen niet mogelijk was.

Sociale media maken het mogelijk direct in contact te treden met publiek en nieuwe publieksgroepen te bereiken.

Het onderscheid tussen beheerders en gebruikers van kennis vervaagt in het digitale domein. Gebruikers voegen zelf kennis toe en worden daartoe ook uitgenodigd. (vergelijk [www.velehanden.nl](http://www.velehanden.nl)<sup>10</sup>). Voor musea kan dit grote voordelen hebben: de kennis van het publiek verrijkt de kennis over de collectie en kleurt deze in. Het biedt kansen voor *crowdsourcing* van kennis tot *community curating* van museale presentaties. Voor vrijwilligers is het een zinvolle en aangename tijdbesteding. Digitalisering opent bovendien nieuwe mogelijkheden voor het leveren van content voor educatieve en commerciële toepassingen.

Digitalisering en ontsluiting van collecties impliceert voortschrijdende standaardisering van systemen. Door digitalisering en technologische ontwikkelingen ontstaan nieuwe vraagstukken rond auteursrecht, eigendom, authenticiteit, interactiviteit en behoud van *born-digital* collecties. Het is van belang hiervoor zowel een generieke visie te ontwikkelen, als specifieke oplossingen te vinden met aandacht voor individuele musea. Met

<sup>8</sup> zie o.a. essay van Esche, p. 40.

<sup>9</sup> zie essay van Van Boxtel, p. 50.

<sup>10</sup> De bijdrage die het publiek via [velehanden.nl](http://velehanden.nl) levert aan het Stadsarchief Amsterdam is berekend op de inzet van 16 fte in 9 maanden.



het oog op de toekomst gaat het daarbij om de connectiviteit van informatiesystemen en organisaties binnen en buiten de museale sector in internationale context, zoals in het essay van Julia Noordegraaf aan de orde komt.<sup>11</sup>

### Ambitie en onderzoek

1. De eerste ambitie is de betekenis van het museum als kennis- en leeromgeving en als plek van verhalen te vergroten.

*Daarvoor is nodig:*

- Hoe kan meer inzicht worden gekregen in de verouderingsprocessen van materiele en *born-digital* objecten en collecties, over conservering en restauratie, geschiedenis van collectievorming?

- Hoe kan de kwaliteit van het museum voor het onderwijs worden versterkt, door het vergroten van kennis binnen musea over leren en leereffecten? Ook de kennis over de toepassingsmogelijkheden van verschillende typen museumcollecties binnen het schoolcurriculum is nog beperkt.
- Wat is de rol van het museum als kennisbron gezien de informalisering van de kennis over erfgoed? Daarvoor is onder meer kennis nodig van de receptie van de bezoeker en het rendement van museumbezoek. In samenhang daarmee is ook meer kennis vereist over de aard, kwaliteit, betrouwbaarheid en opbrengsten van de kennis die ‘amateurexperts’ inbrengen en de wijze waarop daarin begeleiding mogelijk of wenselijk is.
- Op welke wijze kan het museum een rol spelen in het toegankelijk maken van wetenschappelijk onderzoek?

<sup>11</sup> Zie het essay van Noordegraaf, p. 30, waarin hiervoor enkele suggesties worden gedaan.





*Het Stedelijk Museum Amsterdam maakt kunst toegankelijk voor mensen met alzheimer (en andere vormen van dementie) en hun mantelzorgers. Foto: Tomek Dersu Aaron*

- Onder welke randvoorwaarden kan het onderzoek worden versterkt door publiek-private samenwerking en commerciële toepassingen van de resultaten van het onderzoek?

## 2. Musea bieden emotie en inspiratie

Het publiek van vandaag is 'cultureel omnivoor' geworden en laat zich niet makkelijk binden. Daarbij komt een verlangen naar 'onderdompeling, intense ervaringen, sfeer en reuring'.<sup>12</sup> Musea bieden de bezoeker dan ook steeds meer een totaalpakket aan ervaringen en belevenissen. Voor sommigen is dat vooral plezier, entertainment en ontspanning, alleen of met familie of vrienden, gekoppeld aan

een bezoek aan het museumcafé of de winkel. Voor anderen bieden musea juist rust en gelegenheid tot reflectie. Musea zijn ook plaatsen van herinnering en zetten aan tot het beleven van identiteit, individueel en collectief. Belevingswaarde gaat in de eerste plaats over het vermogen van musea mensen te raken en te inspireren.

### beleving en authenticiteit

De bezoeker die op zoek is naar beleving heeft niet alleen oog voor de inhoud van het aanbod. Het gebouw, de sfeer, de bejegening zijn minstens zo bepalend. Ook de sociale context speelt een rol: een bezoek dat plaatsvindt in gezelschap van vrienden heeft een andere impact dan een bezoek in schoolverband, individueel of met familie.

<sup>12</sup> Aldus de Raad voor Cultuur in de Cultuurverkenning, zie noot 1.

De authenticiteit van de collecties is bij musea een kenmerkende kwaliteit. Het is immers wat musea onderscheidt van andere instellingen in een veranderlijke en virtualiserende wereld. Authenticiteit beperkt zich niet tot de vraag of getoonde voorwerpen ‘echt of origineel’ zijn. Het is in belangrijke mate een zaak van *constructie*, door het museum, en *perceptie*, door de bezoeker. Musea worden, zo blijkt uit onderzoek, in hoge mate als betrouwbaar ervaren. In hoeverre de authenticiteit van voorwerpen of de selectie van bepaalde objecten in de waardering van het publiek een rol speelt is nog onduidelijk.

Authenticiteit evolueert bovendien onder invloed van de snelle ontwikkeling van de technologie waarbij het onderscheid tussen echt en virtueel, of origineel en reproductie in de toekomst steeds minder scherp worden. Door digitale technieken als 3D wordt het mogelijk objecten levensecht na te maken. Recent zijn populaire tentoonstellingen georganiseerd met louter reproducties van het werk van Rembrandt, Vincent van Gogh of historische onderwerpen, zoals ‘Tutankhamun, The Exhibition’ in Amsterdam Expo.<sup>13</sup>

### de actieve bezoeker

‘In een museum kun je niet alleen zien hoe een Romeinse soldaat gekleed was, je kunt ook ervaren hoe zwaar die helm was.’<sup>14</sup> Leren is niet alleen een cognitief proces; het gaat gepaard met fysieke en zintuiglijke ervaringen en emoties. Deze visie op leren, de zogenaamde *embodied cognition*, stelt dat kennis verankerd is in lichamelijke actie, emoties en perceptie. Beleving wordt sterk gestimuleerd door een actieve betrokkenheid van de bezoeker. Nieuwe technologie en inzet van multimediale middelen lijken in de toekomst bijna onbegrensde nieuwe mogelijkheden voor beleving te creëren. De vraag is hoe musea de bezoeker kunnen stimuleren niet alleen te consumeren, maar een actieve rol in te nemen, en daarmee als het ware hun eigen beleving te creëren.

<sup>13</sup> Op de affiche van een andere grote publiekstrekker, ‘Titanic: The Artifact Exhibition’, die grotendeels met kopieën is samengesteld, wordt nadrukkelijk aangekondigd dat authentieke objecten te zien zijn.

<sup>14</sup> Essay Van Boxtel, p. 50.

## Ambitie en onderzoek

### 2. De tweede ambitie is de belevingswaarde voor de bezoeker te vergroten en daarmee de impact van het museum te versterken.

*Daarvoor is nodig:*

- Hoe kunnen musea beleving bewust inzetten als instrument bij het genereren van betekenis, inspiratie en het tweewebbrengen van krachtige (leer)ervaringen?
- Wanneer vinden dergelijke ‘transformerende’ ervaringen plaats en hoe worden ze veroorzaakt? Dit vraagt om meer kennis en inzicht in verschillende typen – op beleving gerichte – interventies en methodieken in het museum (zoals narrativiteit, *role playing*, *living history*, gebruik van nieuwe media e.d.) voor verschillende categorieën bezoekers. Daarbij kan gebruik gemaakt worden van het vele onderzoek dat meer algemeen naar ‘experiences’ en beleving is gedaan.
- Wat is de betekenis en impact van authenticiteit als unieke waarde voor museale beleving in een samenleving die meer en meer wordt gedomineerd door *virtual reality* en hoe kan dit worden ingezet om de maatschappelijke inbedding van het museum te versterken?
- Waardoor wordt de ervaring van de individuele bezoeker gevormd en gestuurd en hoe kan het museum de museumbeleving personaliseren?

### 3. Musea verrijken de samenleving

Musea leveren een belangrijke maatschappelijke bijdrage aan de samenleving, zowel in materiële als in immateriële zin. Musea verbinden: generaties, plaatsen, netwerken, verhalen, personen en organisaties. Musea dragen daarnaast aanzienlijk bij aan de lokale en nationale economie.

#### verbinden

Musea zijn plaatsen waar mensen en ideeën samenkomen; van het museum als een aantrekkelijke locatie waar het prettig is te verkeren en waar je graag gezien wilt worden. Met de winkel en horeca als belangrijk verlengstuk tot het museum als knooppunt van discussie en aanjager van debat over actuele maatschappelijke thema’s en ontwikkelingen.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Esche stelt in zijn essay, p. 40, dat het idee van volksverheffing moet worden losgelaten, aangezien de hiërarchische samenleving aan haar eind is. Wel kunnen kunstmusea een positieve kracht zijn in de ontwikkeling van een democratische samenleving.

Musea worden steeds meer onderdeel van de publieke ruimte en worden fysiek zo ingericht dat ze toegankelijkheid en gastvrijheid uitstralen. Ze tonen in toenemende mate hun maatschappelijke verantwoordelijkheid door actief de verbinding te zoeken met andere domeinen zoals zorg, welzijn of sport; bijvoorbeeld met speciale programma's voor ouderen in verpleeg- en verzorgingshuizen. Stads-musea zoeken verbinding met bevolkingsgroepen en kijken en dragen zo bij aan sociale cohesie en participatie. Musea binden vrijwilligers en (bedrijfs)vrienden aan zich en versterken daarmee hun maatschappelijke wortels. Hun actieradius om zich te verbinden met groepen in de samenleving is door sociale media als Twitter en Facebook bovendien enorm uitgebreid.

### verrijken

Musea dragen bij aan de aantrekkingskracht en het positieve imago van steden en aan een aantrekkelijk vestigingsklimaat; ze trekken hoogopgeleide creatieven en kenniswerkers aan.<sup>16</sup> Musea en historisch erfgoed trekken bezoekers en toeristen uit binnen- en buitenland, maken de stad een aantrekkelijker bestemming en zorgen ervoor dat mensen langer in de stad verblijven. De lokale economie vaart daar wel bij. Door te investeren in nieuwe en bijzondere museumgebouwen (zoals in Zwolle, Leeuwarden of Den Bosch) investeert een stad in belangrijke mate in zichzelf. Musea sluiten in hun profilering en programmering aan bij de identiteit van hun stad en regio, bijvoorbeeld als zich ontwikkelende kennisstad, of als stad van innovatieve industrie en design. Sommige musea profileren zich expliciet als motor van kennis en creativiteit in hun stad en regio en verbinden hun collecties met bedrijfsleven en creatieve industrie en opleidingen. Ze stellen zich op als culturele programmeur of spil in hun omgeving. De samenwerking tussen culturele instellingen in stedelijke knooppunten neemt toe.<sup>17</sup> Musea dragen

evenzeer bij aan het nationaal imago en identiteit.<sup>18</sup> Ze vertegenwoordigen door hun aantrekkingskracht op het (internationaal) toerisme bovendien een grote economische waarde.

### Ambitie en onderzoek

3. De derde ambitie is dat musea hun toegevoegde waarde voor de samenleving verder uitbouwen en zichtbaar maken. De keuzes die musea daarin maken zullen sterk uiteenlopen, zowel in focus als in reikwijdte; ze hebben met elkaar gemeen dat ze vragen om nieuwe netwerken en partnerschappen en om de bereidheid buiten vaste kaders en grenzen te treden.

#### Daarvoor is nodig:

- Op welke wijze kan de sociale rol van musea en de toegevoegde economische waarde en de daarbij behorende prestaties zichtbaar gemaakt worden en beoordeeld?
- Welke betekenis hebben digitalisering, nieuwe partnerschappen en veranderingen in de bekostigingsstructuur van musea (minder subsidie, meer private middelen) voor museale bedrijfs- en verdienmodellen?
- Op welke wijze kan de sociaal-economische bijdrage aan de stad en regio in beeld worden gebracht en gemonitord?
- Hoe kunnen nieuwe publieksgroepen worden bereikt en hoe kunnen zij een duurzame relatie met het museum en de collectie opbouwen?
- Op welke manier kan het museum een bijdrage leveren aan de kwaliteit van de geestelijke en lichamelijke gezondheidszorg en de maatschappelijke betekenis van de collectie en museale organisatie verbreden en versterken?

<sup>16</sup> Zie Richard Florida, *The Rise of the Creative Class; and how it's transforming work, leisure, community, and everyday life* (2002) en de diverse publicaties van Gerard Marlet, o.a. Atlas voor Gemeenten 2007, 'De betekenis van cultuur voor de stad'.

<sup>17</sup> De Raad voor Cultuur voorziet in zijn Cultuurverkenning een toename van samenwerking tussen podia, musea en gezelschappen, ook in het delen van apparatuur en diensten.

<sup>18</sup> Niet voor niets zijn musea prominent aanwezig bij belangrijke momenten, zoals de Nuclear Security Summit in Den Haag in maart 2014.

## 6. De toekomst

De Kennisagenda voor het Museale Veld roept op tot een nieuwe samenwerking tussen het museale veld en de wetenschap. De onderzoeklijnen die de agenda aangeeft, vragen om een nieuwe organisatie van het museale veld in de relatie met universiteiten en onderzoekers. Want de kennisopgave voor musea van de toekomst, zoals in deze kennisagenda zijn omschreven, vragen om een *gezamenlijke* benadering door musea en andere organisaties op het terrein van kennis en onderzoek. Dit is van belang voor het onderzoek en deelname aan bestaande en toekomstige onderzoeksprogramma's, nationaal en internationaal.

De kennisagenda biedt de basis voor een uitvoeringsagenda in de toekomst. Die zal richting geven aan hoe, door wie en wanneer het benodigde onderzoek kan worden georganiseerd binnen beschikbare financiële kaders, nationaal en internationaal, en binnen bestaande en toekomstige onderzoeksprogramma's. Het is daarbij van belang om, vergelijkbaar met de ontwikkeling van de kennisagenda, ook deze uitvoeringsagenda samen met het museale veld en de betrokken instellingen op het terrein van de wetenschap te ontwikkelen. Het ministerie van OCW zal het initiatief nemen om tot een gezamenlijk plan van aanpak te komen.



# Bibliografie

'Agenda 2026, Toekomstverkenning voor de Nederlandse museumsector', Nederlandse Museumvereniging, september 2010.

<http://www.museumvereniging.nl/Portals/0/Assets/Over%20de%20vereniging/Agenda%202026%20PDF%20def.pdf>

Marlet, Gerard, *De betekenis van cultuur voor de stad*, Atlas voor Gemeenten, 2007.

[http://www.seo.nl/uploads/media/976\\_De\\_kunst\\_van\\_investeren\\_in\\_cultuur.pdf](http://www.seo.nl/uploads/media/976_De_kunst_van_investeren_in_cultuur.pdf)

Knoop, Riemer, 'Blade Runner. Het neerdalend stof van een catastrofe', in: *De informatiemaatschappij van 2023. Perspectieven op de nabije toekomst*, Amsterdam, 2013.

<http://www.digitalarchiving.nl/wp-content/uploads/2013/08/De-informatiemaatschappij.pdf>

'De cultuurverkenning. Ontwikkelingen en trends in het culturele leven in Nederland', Raad voor Cultuur, Den Haag, juni 2014.

[http://www.cultuur.nl/upload/documents/tinymce/De\\_Cultuurverkenning.pdf](http://www.cultuur.nl/upload/documents/tinymce/De_Cultuurverkenning.pdf)

'Musea voor Morgen', Nederlandse Museumvereniging en Vereniging Rijks gesubsidieerde Musea, 30 september 2012.

<http://www.museumvereniging.nl/Portals/0/4-Voor-Leden/Bestanden/Musea%20voor%20Morgen%20Rapport%20Commissie%20Asscher.pdf>

'Onderzoeksagenda "Diversiteit in het jeugdbeleid"', 2010.

[http://www.verwey-jonker.nl/doc/jeugd/2744\\_Onderzoeksagenda-diversiteit-in-het-jeugdbeleid.pdf](http://www.verwey-jonker.nl/doc/jeugd/2744_Onderzoeksagenda-diversiteit-in-het-jeugdbeleid.pdf)

Onderzoeksagenda Onderzoekschool Kunstgeschiedenis (OSK), 2014.

[http://www.onderzoekschoolkunstgeschiedenis.nl/cms-doc/doc\\_10237.pdf](http://www.onderzoekschoolkunstgeschiedenis.nl/cms-doc/doc_10237.pdf)

'Onderzoeksprogramma Sport', ZonMw, STW en NWO. <http://www.stw.nl/nl/programmas/onderzoeksprogramma-sport>

'Visie en roadmap stedelijke verlichting Eindhoven 2030', onderzoeksrapportage, juli 2012.

<http://alexandria.tue.nl/repository/books/735473.pdf>

'English Heritage Research Agenda 2005-2010.'

<https://www.english-heritage.org.uk/publications/eh-research-agenda/researchagenda.pdf>

'Mind the Gap. Rigour and Relevance in Heritage Science Research', 2014.

<http://www.nationalarchives.gov.uk/documents/mind-the-gap-report-jan-2014.pdf>

'Strategic Research Agenda', IIP/CREATE.

[http://www.iipcreate.com/wordpress/wp-content/uploads/iip\\_create\\_book\\_sra.pdf](http://www.iipcreate.com/wordpress/wp-content/uploads/iip_create_book_sra.pdf)

Florida, Richard, *The rise of the creative class; and how it is transforming work, leisure, community, and everyday life*, New York, 2002.



# Deel 2

essays



# Inleiding

Om hun maatschappelijke functie te kunnen behouden en versterken zullen de Nederlandse musea de komende jaren meer gaan samenwerken met elkaar en met onderzoekers en wetenschappelijke instellingen. Ze zullen een actief aandeel nastreven en krijgen in het formuleren van de kennis- en onderzoeksvragen die tot de benodigde inzichten en data kunnen leiden, waarmee niet alleen het behoud en de presentatie van de collectie ondersteund kan worden, maar juist ook de betekenis van het museum als een unieke en onmisbare actor in een vitale samenleving en economie.

De museumvereniging heeft in 2011 met de publicatie van 'Meer dan waard' een duidelijk standpunt uitgedragen over de maatschappelijke waarde van het museum nu en in de toekomst. Het museum is meer dan de collectie op zich, hoezeer daarmee het museum ook fungeert als schatbewaarder van erfgoed, identiteit en cultuur. Het museum heeft een eigen educatieve functie in deze informatiesamenleving waarin kennis en toegang tot kennis doorslaggevend zijn voor succes en welzijn. Het vermogen om mensen met elkaar te verbinden hebben musea altijd gehad en daar is in deze dynamische, globaliserende en individualiserende samenleving meer dan ooit behoefte aan. De betekenis van beleving in de ontplooiing van individu en samenleving is een nog goeddeels onontgonnen terrein, waar musea veel kunnen winnen, maar ook een eigen, waardevolle bijdrage aan kunnen leveren. Musea bezetten een eigen niche in de creatieve industrie en vormen een belangrijke voorwaarde voor een aantrekkelijk werken leefklimaat voor de creatieve klasse, de nieuwe economische motor van de kennissamenleving.

Naast de waarde die de collectie vertegenwoordigt, heeft het museum educatieve, verbindende, economische en belevingswaarde. Daarin schuilt de grote maatschappelijke betekenis van het museum.

Om in de toekomst geen positie te verliezen en juist de bijdrage aan de samenleving te kunnen versterken is nieuwe kennis nodig. Kennis die alle facetten van de maatschappelijke functie van het museum bestrijkt. Welke trends zullen relevant zijn voor het functioneren van musea? In hoeverre zijn musea wel of niet toegerust om op die trends in te spelen. Welke kennis is nodig om ook op de korte en middellange termijn te kunnen voorzien in de betekenis van musea? Op welke wijze kan deze nieuwe kennis breed tot effectieve toepassing komen?

Vijf spraakmakende en aansprekende denkers uit de museale en wetenschappelijke praktijk hebben een essay geschreven om de brede maatschappelijke betekenis en functie van het museum in perspectief te plaatsen. Ieder heeft een van de vijf waarden uit 'Meer dan waard' gebruikt als vertrekpunt om een visie te ontvouwen op de positie van het museum en de maatschappelijke uitdagingen die het in de nabije toekomst het hoofd moet bieden.

De essays dienden mede als achtergrond en onderlegger voor de discussie die op 24 april 2014 door een brede vertegenwoordiging uit het museale en universitaire veld is gevoerd over de kennis- en onderzoeksvragen die kunnen leiden tot de kennis die de maatschappelijke functie versterkt en verbreedt.

# Collect en Connect

collectiewaarde | Julia Noordegraaf





*'You like this? A democratic Approach to the Museum Collection', 10-6-2011 t/m 1-15-2012.  
Courtesy, Plains Art Museum, Fargo, ND, Verenigde Staten.*



# Collectiewaarde in een digitaal tijdperk

In een recente aflevering van het actualiteitenprogramma *Tegenlicht* wordt de kijker meegevoerd in de artificiële werkelijkheid van digitale kopieën en reconstructies ('Hoe echt is echt' – VPRO, Nederland 2, 9 maart 2014). De makers bezoeken onder andere het Taiwanese bedrijf Next Media, dat heel succesvol is met het maken van virtuele reconstructies van nieuwsgebeurtenissen waar geen camerabeelden van zijn. Met een database waar inmiddels 30.000 virtuele karakters van bestaande personen zijn opgeslagen én technieken uit Hollywood voor manipulatie van gezichtsuitdrukkingen, produceren de 500 medewerkers van dit bedrijf zo'n 30 minuten film per dag, voor bijvoorbeeld de Amerikaanse omroep NBC. Ook zien we het werk van de Amerikaanse journaliste Nonny de la Peña, die een reportage maakte in een virtuele reconstructie van de niet voor journalisten toegankelijke gevangenis op Guantanamo Bay en zo de kijker betreft bij een werkelijkheid die anders niet audiovisueel te beleven is.

Het programma schetst een nabije toekomst waarin we het onderscheid tussen echt en niet echt, tussen feit en fictie, niet meer kunnen maken. Volgens filosoof, kunstenaar en wetenschapper Koert van Mensvoort, die in de documentaire wordt geïnterviewd, is dat geen ramp. Hij beweert dat we af moeten van de enorme waardering van de authenticiteit van het origineel die in westerse samenlevingen de norm is. Van Mensvoort vindt dat het scherpe onderscheid tussen echt en niet echt overschat wordt – hij stelt dat de grens tussen origineel en reproductie in werkelijkheid vaak niet scherp te trekken is en dat de waarde van simulatie en kopie in Aziatische samenlevingen veel beter wordt onderkend en benut dan in de westerse. Voor journalisten is dit een angstbeeld: als we zelfs van de gefilmde werkelijkheid die we op televisie zien niet meer kunnen nagaan of die echt is, staat niets minder dan de waarheid op het spel.

Ook de Nederlandse Museumvereniging NMV ziet

in haar toekomstvisie een scenario waarbij nieuwe, digitale media de oude, analoge zullen verdringen, met potentieel grote consequenties voor de toegankelijkheid, beleving en waardering van museale collecties (Nederlandse Museumvereniging 2012: 12).

De snelle ontwikkeling van digitale technologie is een van de trends waarmee musea de komende tien jaar te maken krijgen – naast een vergrijzende bevolking, een terugtrekkende overheid, groei van het internationale cultuurtoerisme en een veranderend kennislandschap. In dit essay worden enkele van deze trends besproken. Welke maatschappelijke en technologische ontwikkelingen zijn te verwachten? Hoe beïnvloeden ze de collectiewaarde van musea? Welke kennis is nodig om te zorgen dat musea de collectiewaarde daarbij kunnen laten aansluiten, en hoe moeten we de productie en toepassing van die kennis realiseren?

## Digitaal en analog

In de *Tegenlicht*-uitzending zien we ook een door Nederlandse ondernemers in een winkelcentrum in Taipei georganiseerde bijeenkomst rond het schilderij 'Het meisje met de parel' van Vermeer. Dat wil zeggen: het gaat om een evenement waarbij digitale scans van het origineel aan de man worden gebracht – met behulp van een actrice en een levensgroot Nijntje die beiden in een meisje-met-de-parel-outfit de zaal in lopen – met de aankondiging dat 'hier heden en verleden elkaar ontmoeten'. De suggestie is duidelijk: hier zien we een toekomstscenario waarin de digitale kopie van een schilderij niet meer van echt te onderscheiden is. Een scenario dat raakt aan onze diepgewortelde angst voor een wereld vol kitsch, waarbij originele, authentieke objecten zijn verdrongen door kopieën en reproducties.

Die angst is niet nieuw: hij gaat gepaard met de introductie van elke nieuwe technologie, die vaak veel minder 'nieuw' is dan wordt voorgesteld. Het is waar dat elke mediatechnologie de werkelijkheid op eigen wijze weergeeft en, vanwege de specifieke aard van het medium, daar ook mede vorm aan geeft (Gitelman 2007). Maar het is niet zo dat elke nieuwe technologie een breuk betekent met de voorgaande media. De nieuwe media zijn anders, maar nemen ook aspecten van de oude over (Bolter en Grusin 2000).

In plaats van een bedreiging, vormen de nieuwe, virtuele representaties een aanvulling op de be-





3D-prints van delen van schilderijen van Vincent van Gogh in de tentoonstelling 'van Gogh aan het werk' (Van Gogh Museum). Foto: Lara E. Tompa

staande, analoge collecties, die het bereik en de zichtbaarheid ervan kunnen vergroten. Zo kunnen de digitale scans 'Het meisje met de parel' bekend maken in een land als Taiwan, waar het origineel nog nooit is tentoongesteld. En stellen de digitale reproducties van de schilderijen van Vincent van Gogh op het Google Art Project ons in staat om in te zoomen tot een detailniveau dat we in het museum alleen kunnen benaderen door met een loep heel dichtbij het schilderij te gaan staan, wat natuurlijk vanwege de veiligheid niet mag.

Dat betekent niet dat we straks niet meer naar het Van Gogh Museum hoeven te gaan om zijn schilderijen te bekijken, want we zullen altijd behoefte houden aan het contact met het fysieke, originele werk. Wanneer we voor het originele schilderij staan, zijn we het dichtst bij de kunstenaar: zijn handen hielden de penseel vast waarvan de streken nu nog zichtbaar zijn op het doek. De nieuwe 3D-prints die het Van Gogh Museum met Fuji ontwikkelde, stellen ons in staat die textuur voor het eerst ook zelf te voelen en daarmee het contact met de originelen nog dichterbij te benaderen. In die zin zullen digitale reproducties de belangstelling voor het originele

erfgoed niet verkleinen, maar juist vergroten. Dat zegt ook tentoonstellingsmaker Joy Lai in Taipei, die in de *Tegenlicht*-uitzending aangeeft dat de toegankelijkheid van een kunstwerk toeneemt door de digitale scans, maar dat ze de glinstering en ontroerende kracht van het origineel nooit kunnen vervangen.

Kortom, musea kunnen ook in een verregaand gedigitaliseerde toekomst het aura van de originelen blijven benutten. Daarvoor moeten we meer kennis ontwikkelen over de kracht van analoge en digitale collecties en hoe ze elkaar wederzijds positief kunnen beïnvloeden. Experimenten waarin nieuwe mediatechnologieën worden ingezet in de tentoonstellingszalen en via publieksonderzoek worden geëvalueerd, moeten zicht geven op de juiste mix van digitale reproducties en analoge originelen (zie bijvoorbeeld De Vet en Van Kregten 2014).

Onderzoek naar de omgang met virtuele collecties op het internet – kwantitatieve en kwalitatieve analyse van gebruikersstatistieken en etnografisch onderzoek van concrete gebruikscases – moet uitwijzen wat een goede strategie is om het 'virtuele aura' van de collectieonderdelen te verbinden met het origineel (Gorgels 2013). Historisch en theoretisch mediaweten-

schappelijk onderzoek naar de aard en rol van digitale technologie kan bijdragen aan het beter bepalen van de mogelijkheden, impact én beperkingen van de nieuwe media. Het ligt voor de hand dat musea hierbij nauw samenwerken met onderzoekers en studenten van universiteiten en hogescholen, evenals met ontwikkelaars van nieuwe mediatechnologie.

#### Born-digital – authenticiteit opnieuw definiëren

Waar digitale reproducties vooral een aanvulling zijn op de bestaande, analoge collecties en presentaties, stellen *born-digital* objecten het museale veld voor meer fundamentele vragen over authenticiteit. Dit is goed zichtbaar in de hedendaagse kunstpraktijk, waar niet altijd meer een concreet verzamel- en toonbaar eindproduct ontstaat. Zo buigen de conservatoren van het Britse Tate zich over de vraag hoe je interactieve, nog steeds in ontwikkeling zijnde kunstwerken moet bewaren, zoals de website van het fictieve maar uiterst realistisch ogende Lima Museum of Contemporary Art, een werk van de Peruviaanse kunstenaar Sandra Gamarra (<http://li-mac.org>). Of hoe je voor het computerscherm gemaakte werken als *My%Desktop* (2002) van het Nederlandse kunstenaarsduo Jodi moet presenteren in een museale ruimte die voor een ander type objecten ontworpen is.

Bij dit soort kunstwerken is het niet altijd mogelijk de oorspronkelijke functionaliteit en verschijningsvorm te behouden. Dat betekent dat je veranderlijkheid zult moeten accepteren, wil je het werk in de toekomst toegankelijk houden. Dit heeft vergaande consequenties voor een conserveringspraktijk die nog steeds sterk gericht is op de materiële authenticiteit van het kunstwerk, op het behoud van de oorspronkelijke *look and feel*. Het vereist een nieuwe manier om authenticiteit te definiëren in andere termen dan zuiver materiële, bijvoorbeeld naar analogie van de uitvoerende kunsten (Laurenson 2006). Daar ligt een mooie uitdaging voor wetenschappelijk onderzoek, waarin technologisch inzicht in de aard en het 'gedrag' van dit soort complexe, interactieve werken wordt gecombineerd met theoretische reflectie op authenticiteit en de verzamel- en conserveringspraktijk om zo nieuwe modellen te ontwikkelen voor de conservering en restauratie van het erfgoed van de toekomst (zie Noordegraaf et al. 2013).

De specifieke aard van *born-digital* objecten (snelle technologische veroudering, interactiviteit, tech-

## ‘Waar digitale reproducties vooral een aanvulling zijn op de bestaande, analoge collecties en presentaties, stellen born-digital objecten het museale veld voor meer fundamentele vragen over authenticiteit’

nische complexiteit, kosten van opslag en beheer) heeft ook implicaties voor de inrichting van het erfgoedlandschap. Het ontstaan van hybride objecten als interactieve publicaties, multimediale kunst of het tweede scherm bij televisieprogramma's zorgt ervoor dat de traditionele taakverdeling (dit hoort bij het archief, dat bij het museum, en het andere bij de bibliotheek) problematisch wordt.

Technologisch gezien lijken digitale publicaties, archivalia, museale objecten en mediaproducties sterk op elkaar en vanwege de complexiteit en hoge kosten voor het behoud is samenwerking aan generieke oplossingen onvermijdelijk. Deze ontwikkelingen nodigen ertoe uit om de institutionele verkaveling van het erfgoedlandschap opnieuw te bezien. Dit ook omdat de huidige en toekomstige 'digital native' gebruikers geen boodschap meer hebben aan die historische gegroeide verkaveling. Zoals het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap stelt in het 'Werkplan Infrastructuur Digitaal Erfgoed' (2013: 1):

Gebuikers van het digitale erfgoed hebben geen boodschap meer aan grenzen tussen sectorale domeinen. En door de informalisering van de kennis over het erfgoed, kunnen collectiebeherende instellingen zich minder makkelijk beroepen op hun autoriteit. In de digitale omgeving moet je verbindingen verdienen door de manier waarop je informatie deelt en opwaardeert (met context, connecties en een goede presentatie).

Dat betekent dat samenwerking in een grote Digitale Collectie Nederland in de toekomst onvermijdelijk is. Over tien jaar hebben we een Nationale Infrastructuur voor Digitaal Erfgoed (zie ministerie van OCW 2013). Grote vraag daarbij is hoe digitale duurzaam-

heid gestalte kan krijgen in de vorm van maatwerk – de *case by case*-oplossingen die nodig zijn voor hoogwaardige culturele objecten als digitale kunst – naast massa met zijn generieke oplossingen voor de archivering en conservering van digitale boeken en kranten, websites en multimediale televisieprogramma's. Ook hierbij ligt samenwerking van de landelijke coalities voor digitale duurzaamheid (Nationale Coalitie Digitale Duurzaamheid en Culturele Coalitie Digitale Duurzaamheid) met kennisinstellingen en private partners voor de hand.

### Digital natives – van consumenten naar participanten

Naast de musea, kennisinstellingen en private partners is er nog een vierde groep die in de nabije toekomst meer intensief betrokken zal zijn bij de productie, het beheer en het gebruik van (digitale) museale collecties: *het publiek*. Over tien jaar zijn diverse gebruikersgroepen actief betrokken bij alle kerntaken van het museum: ze denken mee over selectie, helpen bij identificatie en beschrijving, kijken mee bij restauratieprojecten en worden ook ingezet bij de conservering van complexe, multimediale objecten als *net art*, interactieve websites en het tweede scherm (bijvoorbeeld door het opschonen van achterliggende databases). Bovendien zijn ze actieve gebruikers van gedigitaliseerde en born-digital collecties en dragen bij aan de verrijking daarvan door contextuele data aan te leveren of zelfs eigen objecten aan de verzameling toe te voegen.

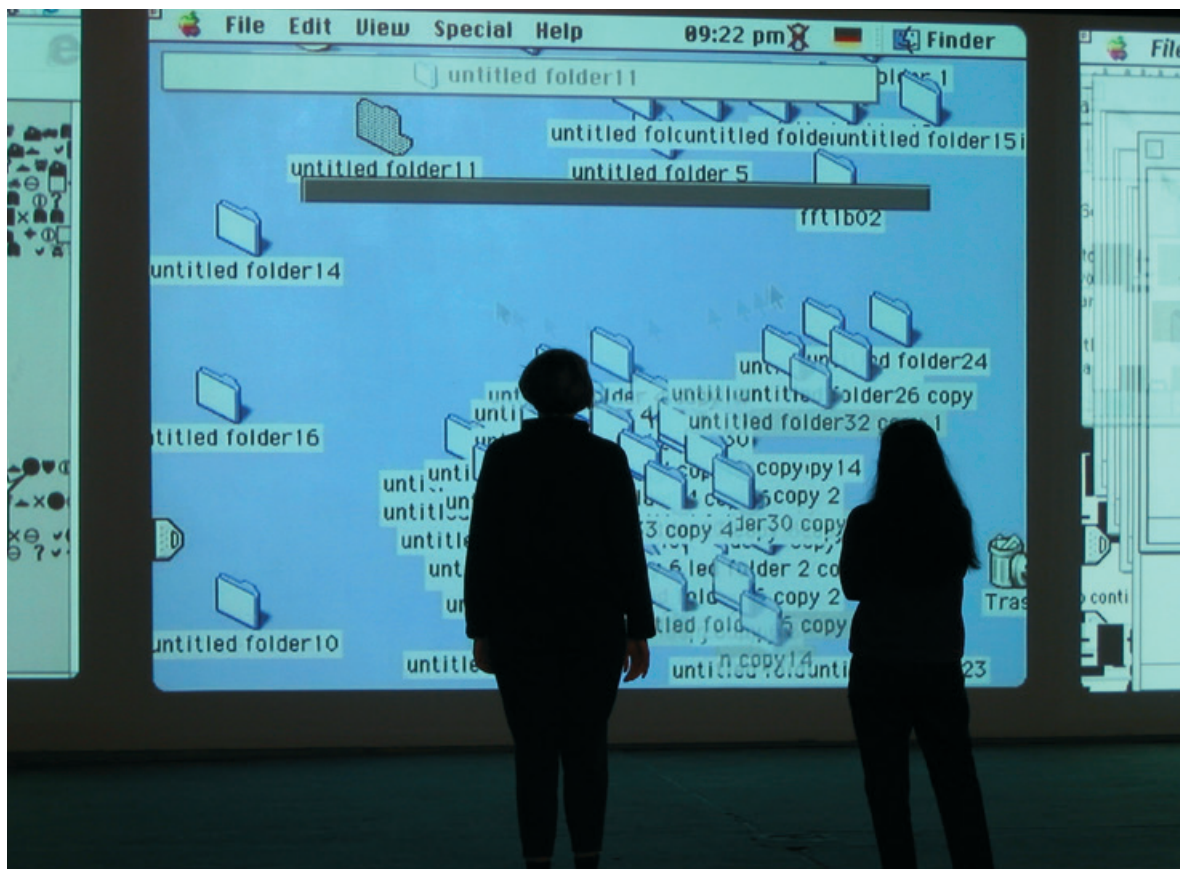
Deze ontwikkeling is gerelateerd aan een belangrijke demografische trend: een sterk vergrijzende bevolking. Er komen steeds meer pensioengerechtigden die nieuwe uitdagingen zoeken en graag betrokken zijn bij museale taken om hun kennis te vergroten en verdiepen. Voor musea is dit interessant omdat zij tijd kunnen investeren en omdat ze aan collectieonderdelen gerelateerde verhalen hebben die straks verloren gaan: 'de omslag van "memory to history" ligt besloten in deze generatie' (Nederlandse Museumvereniging : 2010 5). Voorbeelden zijn de succesvolle projecten 'Tags en uitleg' (de beschrijving van de fotocollectie van het Maria Austria Instituut) en 'Glashelder!' (het identificeren van microscopische glaspreparaten van Naturalis) op het *crowdsourcing* platform Vele Handen ([www.velehanden.nl](http://www.velehanden.nl)) en het project 'Operation War Diary'

van de National Archives in Groot-Brittannië, waar *citizen historians* helpen de dagboeken van legereenheden uit de Eerste Wereldoorlog te classificeren en beschrijven.

Het gaat daarbij om meer dan betrokken vrijwilligers. Effectieve crowdsourcing gaat om de inzet van expertise van amateurs, waarbij het museum echte betrokkenheid toont, zorgt dat er iets gedaan wordt met de geïnvesteerde tijd en kennis en duidelijk maakt aan welk onderdeel van het museale kernproces die ten goede komt (Centre for the Future of Museums 2012: 6) Lang was er scepsis ten aanzien van de kwaliteit van de inbreng van deze amateur-experts (Fleurbaey en Eveleigh 2012). Inmiddels is crowdsourcing niet meer weg te denken en blijkt ook dat de inbreng van vrijwilligers echt aanvullend is en vaak net zo goed als die van professionele experts (Noordegraaf 2011; Aroyo en Welty 2013). Over tien jaar weten we beter – dankzij het gezamenlijk onderzoek van erfgoedinstellingen, geesteswetenschappers en informatica-onderzoekers – wat precies de aard is van de kennis die de inzet van amateur-experts oplevert. Anderzijds zullen nieuwe projecten ook meer sturing van de gebruiker bevatten, zodat de expertise en vaardigheden van amateurs meer in lijn worden gebracht met professionele standaarden.

Crowdsourcing en *community curating* vormen een uitdaging voor de traditionele rol van museale autoriteit: je moet je collecties en kennis willen delen en de opbrengst serieus nemen (Centre for the Future of Museums 2012: 7). Dat wil niet zeggen dat er geen plaats meer is voor experts. Juist in dat online domein is ook weer meer behoefte aan 'content curation' (Rosenbaum 2011). Hier ligt een kans voor musea, die zich in het online domein juist met hun *curatorial expertise* kunnen onderscheiden, door betrouwbare informatie te bieden over interessante en relevante overblijfselen uit het verleden. Hier zit wel een spanning met de trend naar institutionele grensvervaging. Digitale gebruikers zijn vooral geïnteresseerd in een specifiek thema; via welke 'voorkeur' ze daar informatie over kunnen vinden, is voor hen niet relevant. Het is zinvoller om een collectie of thema centraal te zetten dan om een institutionele portal op te richten.

Gitta Luijten, toenmalig directeur van de Mondriaan Stichting, verwoordde dat in 2011 als volgt: 'De maatschappelijke betekenis van musea wordt groter wanneer niet het museum, maar de collectie het ver-



'My%Desktop', JODI, 2002

trekpunt is. Met de collectie kunnen we perspectief bieden op de huidige tijd. Daarnaast maken we maatschappelijke verhoudingen inzichtelijk door die in een context te plaatsen. Dat legitimeert het museum in de samenleving' (DSP Groep in opdracht van NMV 2011: 72). De vraag is wel hoe musea de verbinding kunnen blijven leggen met de analoge collecties binnen de muren van het instituut, zodat de waarde van de ervaring van het origineel geborgd blijft.

#### Veranderend kennislandschap – de digitale geesteswetenschappen

Het centraal stellen van collecties en daarmee verbonden thema's is ook van belang in verband met veranderingen in het kennislandschap. Op basis van een aantal vragen over de ontwikkelingen in hun vakgebied, voorgelegd aan een selectie van Nederlandse geesteswetenschappers, stelde *De Groene Amsterdammer* vorig jaar vast dat zich in de geesteswetenschappen – van oudsher de dichtst met het museale

veld verbonden wetenschappelijke discipline – een aantal stille revoluties voltrekt ('De 10 revoluties in de geesteswetenschappen', 30 oktober 2013). Het solitaire onderzoek op basis van een beperkt corpus wordt langzaam ingeruild voor het in teams onderzoeken van grote digitale datasets met behulp van nieuwe, digitale onderzoeksmethoden. Ook wordt er in toenemende mate over de grenzen van het vakgebied gewerkt, zowel binnen de geesteswetenschappen als daarbuiten, met sociologen, cognitiewetenschappers en informatici.

Nadat het erfgoedveld het voortouw heeft genomen in de grootschalige digitalisering van collecties, zijn geesteswetenschappen nu begonnen die schat aan data te 'mijnen'. Over tien jaar zijn de digitale geesteswetenschappen een feit. Het merendeel van de onderzoekers is dan vertrouwd met digitale data en methoden en zal deze benutten voor de productie



van nieuwe kennis (zie de door de KNAW en NWO georganiseerde lezingenreeks 'Digital Humanities: Hype of revolutie?', zie [www.knaw.nl/nl/actueel/agenda/digital-humanities-hype-of-revolutie](http://www.knaw.nl/nl/actueel/agenda/digital-humanities-hype-of-revolutie)).

Net als amateurgebruikers zijn ook onderzoekers vooral geïnteresseerd in specifieke onderwerpen of thema's, waarvoor diverse collecties worden samengebracht en gelijktijdig doorzocht. Een eerste voorbeeld van een dergelijk type kennisproductie is het project 'Cultuur in Context', dat in 2007 en 2008 door de Reinwardt Academie is uitgevoerd in samenwerking met een aantal erfgoedpartners en kennisinstellingen. In dit project werden gegevens over theatervoorstellingen en filmvertoningen uit de informatiesystemen van diverse instellingen samengebracht in een virtuele collectie 'openbare vermakenlijkheden' (Van Asseldonk et al. 2009).

Uit dit project bleek dat er naast technische problemen (de koppeling van de diverse datasets) ook culturele uitdagingen zijn, zoals de verschillen tussen musea (conservatoren doen onderzoek) en archieven (archivarissen inventariseren en beschrijven, maar verrijken de collecties zelf niet met contextuele data). Voor de toekomst gaat het om het vergroten van de connectiviteit (Ministerie van OCW 2013: 1). In de eerste plaats de connectiviteit van *informatie* (de koppeling van informatie uit vele bronnen via een technische infrastructuur met informatieprincipes, standaarden, API's en metadatering), in de tweede plaats de connectiviteit van *organisatie* (netwerkvorming over de grenzen van instellingen, domeinen en nationale staten heen).

### Publiek-private samenwerking

Een laatste belangrijke trend is de terugtrekkende overheid. In de toekomst zullen nog meer publieke taken worden overgelaten aan de markt dan nu al het geval is. Voor de musea betekent het dat ze hun samenwerking met private partners uit het bedrijfsleven verder moeten intensiveren. Naast maatschappelijke waarde vertegenwoordigen museale collecties ook economische waarde, zowel in analoge (toerisme) als in digitale vorm (*content* voor op vermaak en educatie gerichte toepassingen). Het voordeel van het benutten van die economische waarde is dat het publieksbereik kan worden vergroot door de ontwikkeling van toepassingen die musea alleen niet zouden kunnen betalen. Het nadeel is dat de aandacht bij het kapitaliseren van collecties vooral uitgaat

naar al populaire en zichtbare thema's en collectieonderdelen, ten koste van de collecties en kerntaken die minder goed te 'vermarkten' zijn.

In het online domein levert samenwerking met grote marktspelers als Google, Facebook en Microsoft bovendien mogelijke privacykwesties op, waarbij de toegang tot museale collecties online ongemerkt wordt 'betaald' met de data van gebruikers (Van Dijck 2013). Musea genieten een groot vertrouwen, dat moeten ze blijven waarmaken door standaarden van transparantie en verantwoordelijkheid te handhaven. De ontwikkeling van nieuwe kennis over de randvoorwaarden voor die standaarden is van belang om publiek-private samenwerking zinvol in te zetten.

Het ligt voor de hand dat musea voor de productie van de benodigde kennis nauw samenwerken met onderzoekers en studenten van universiteiten en hogescholen, evenals met ontwikkelaars van nieuwe mediatechnologie. Idealiter worden per kennisdomein (analoge-digitale collecties; behoud en presentatie van born-digital collecties, nieuwe vormen van publieksparticipatie, gebruik van collecties in onderzoek) consortia gevormd van grotere en kleinere musea, onderzoekers van universiteiten en/of hogescholen en private partners. Daarbij zijn doelstellingen, gewenste uitkomsten, tussentijdse resultaten en het traject van testen, bijstellen en implementeren van onderzoeksuitkomsten vooraf helder afgestemd.<sup>1</sup> Relevante expertise kan worden opgespoord via Narcis, Google en de websites van kennisinstellingen, via de beroepsverenigingen als de Nederlandse Museumvereniging en via CLICK-NL, het kennis- en innovatienetwerk van de creatieve industrie in Nederland. Door gebruik te maken van de internationale netwerken van musea, kennisinstellingen en bedrijven kan deze samenwerking tevens worden opgeschaald naar (supra-) Europees niveau.

Voor kleinere projecten met een goede afstemming van de doelstellingen van de betrokken partijen is vaak niet veel (extra) financiering nodig – dan levert de onderzoekinstelling de benodigde kennis en onderzoekers, de musea collecties, testomgevingen en disseminatie- en valorisatiemogelijkheden en de private partner(s) de benodigde technologische expertise en prototypes. Grote projecten kunnen voor financiering denken aan particuliere fondsen en subsidies voor onderzoek en innovatie vanuit de topsector Creatieve

‘Door in processen van selectie en acquisitie, classificatie en beschrijving, conservering en restauratie, tentoonstellen en voorlichten standaard een rol voor betrokken vrijwilligers in te bouwen, wordt de zichtbaarheid en maatschappelijke relevantie en betrokkenheid van museale kerntaken bevorderd’

Industrie (met name via CLICK-NL Cultural Heritage) en op Europees niveau de subsidies van het nieuwe kaderprogramma Horizon 2020.

Congressen en andere bijeenkomsten van de NMV zijn een belangrijk podium voor het bevorderen van de toepassing van de opgebouwde kennis. Voorwaarde daarbij is wel dat die bijeenkomsten sectoroverschrijdend zijn, zodat collectiebeheerders, presentatoren, educatoren en marketingmedewerkers de kennis over collectiewaarde gezamenlijk bespreken en doorvoeren. Voor projecten met een digitale component kan het kenniscentrum Digitaal Erfgoed Nederland (DEN) functioneren als platform voor de verspreiding van de opgebouwde kennis: via de projectenbank kunnen *best practices* worden gedocumenteerd, bekeken en nagevolgd. Dergelijke netwerken bestaan ook op internationaal niveau, zoals het International Network for the Conservation of Contemporary Art (INCCA) en, voor audiovisuele collecties, het Presto Centre. Binnen die netwerken is al ervaring opgedaan met de productie en toepassing van nieuwe kennis, in projecten als NeCCAR (waarin universitaire onderzoekers samenwerken met musea, kunsthandelaren en restauratieateliers in onderzoek naar de conservering van hedendaagse kunst) en EU Screen (waarin televisiewetenschappers en televisiearchieven samenwerken in de ontsluiting en contextualisering van het Europese televisie-erfgoed).

Ten slotte ligt er een grote kans in samenwerking met onderwijsinstellingen om *lifelong learning* te realiseren, alsmede om de integratie met het basis en middelbaar onderwijs te versterken, en zo de waarde van museale collecties aan de nieuwe generatie digital natives door

te blijven geven. Hier ligt samenwerking met afdelingen pedagogiek en pabo's aan hbo en universiteit voor de hand. Zowel voor de ontwikkeling van nieuwe kennis over hoe cultuurbezit effectief kan worden ingezet in het basisonderwijs, alsook voor de ontwikkeling van toepassingen waarmee deze kennis in de praktijk kan worden gebruikt. De inzet van museale collecties voor de bevordering van historisch besef kan ook goed via samenwerking met partners uit de creatieve (media-) industrie, zoals het succes van televisieproducties als *De Gouden Eeuw* (2012-2013) en *De slavernij* (2013) laten zien. Daarnaast is het potentieel van de vele geïnteresseerde vrijwilligers nog sterk onderbenut.

Hier ligt hier een gouden kans om de verbindende waarde van musea en hun collecties te versterken en de maatschappelijke relevantie verder te vergroten. Via generieke platforms als Vele Handen of thematisch georiënteerde gelegenheidsprojecten kunnen tal van vrijwilligers tamelijk eenvoudig worden betrokken bij de kerntaken van het museum. Door in processen van selectie en acquisitie, classificatie en beschrijving, conservering en restauratie, tentoonstellen en voorlichten standaard een rol voor betrokken vrijwilligers in te bouwen, wordt de zichtbaarheid en maatschappelijke relevantie en betrokkenheid van museale kerntaken bevorderd. In dit 'museum als werkplaats', waar vrijwilligers niet alleen betalende bezoekers zijn maar actieve participanten, krijgt de museale collectiewaarde de duurzame toekomst die het verdient.

*Julia Noordegraaf is hoogleraar Erfgoed en digitale cultuur en directeur van het Amsterdam Centre for Cultural Heritage and Identity aan de Universiteit van Amsterdam ([www.cchi.uva.nl](http://www.cchi.uva.nl)). Haar onderzoek is gericht op conservering en hergebruik van audiovisueel en digitaal erfgoed. Ze publiceerde onder meer de monografie *Strategies of Display* (2004/2012) en, als hoofdredacteur, *Preserving and Exhibiting Media Art* (2013). Momenteel leidt zij onderzoeksprojecten naar de inzet van crowdsourcing in erfgoedinstellingen (MOCCA, met het Stadsarchief Amsterdam en Picturae) en de rol van cultuur in de vorming van Amsterdam als Creatieve Stad, van de Gouden Eeuw tot heden (CREATE, met het Centre for Digital Humanities en het Intelligent Systems Lab Amsterdam). Ze is tevens executive board member voor Mediastudies in de Common Lab Research Infrastructure for the Arts and Humanities ([www.clariah.nl](http://www.clariah.nl)).*

## Bibliografie

- Aroyo, Lora en Chris Welty, 'Crowd Truth: Harnessing Disagreement in Crowdsourcing a Relation Extraction Gold Standard.' *WebSci'13* conferentie, Parijs, 1-5 mei 2013, [http://www.researchgate.net/publication/236463327\\_Crowd\\_Truth\\_Harnessing\\_disagreement\\_in\\_crowdsourcing\\_a\\_relation\\_extraction\\_gold\\_standard/file/60b7d517f69c26c5d7.pdf](http://www.researchgate.net/publication/236463327_Crowd_Truth_Harnessing_disagreement_in_crowdsourcing_a_relation_extraction_gold_standard/file/60b7d517f69c26c5d7.pdf).
- Asseldonk, Nancy van, Peter van Mensch, Harry van Vliet (red.), *Cultuur in Context. Erfgoeddata in nieuwe samenhang*. Amsterdam, Reinwardt Academie, 2009, [http://www.crossmedialab.nl/files/Cultuur\\_in\\_context\\_binnenwerk\\_def6.pdf](http://www.crossmedialab.nl/files/Cultuur_in_context_binnenwerk_def6.pdf).
- Bolter, Jay, Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: MIT, 2000.
- Centre for the Future of Museums, *TrendsWatch 2012*, Washington, DC: American Alliance of Museums, 2012, [http://www.aam-us.org/docs/center-for-the-future-of-museums/2012\\_trends\\_watch\\_final.pdf?sfvrsn=0](http://www.aam-us.org/docs/center-for-the-future-of-museums/2012_trends_watch_final.pdf?sfvrsn=0).
- Centre for the Future of Museums, *TrendsWatch 2014*, Washington, DC: American Alliance of Museums, 2014, [http://www.aam-us.org/docs/default-source/center-for-the-future-of-museums/2014\\_trendswatch\\_lores-with-tracking-chip.pdf?sfvrsn=0](http://www.aam-us.org/docs/default-source/center-for-the-future-of-museums/2014_trendswatch_lores-with-tracking-chip.pdf?sfvrsn=0).
- DSP Groep in opdracht van de Nederlandse Museumvereniging, *Meer dan waard: De maatschappelijke betekenis van musea*, april 2011, <http://www.museumvereniging.nl/Portals/0/Meer%20dan%20waard.pdf>.
- Dijck, José van, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford, Oxford University Press, 2013.
- Fleurbaey, Ellen, Alexandra Eveleigh, 'Crowdsourcing: Prone to Error?', ongepubliceerde paper, gepresenteerd op de *International Council on Archives Conference*, Brisbane, 20-24 August 2012, <http://ica2012.ica.org/files/pdf/Full%20papers%20upload/ica12Final00271.pdf>.
- Gorgels, Peter, 'Rijksstudio: Make Your Own Masterpiece!', in: Nancy Proctor, Rich Cherry (red.), *Museums and the Web 2013*, Silver Spring, MD: Museums and the Web. Gepubliceerd op 28 januari 2013. Geraadpleegd op 27 maart 2014. <http://mw2013.museumsandtheweb.com/paper/rijksstudio-make-your-own-masterpiece/>
- Laurenson, Pip, 'Authenticity, Change and Loss in the Conservation of Time-based Media Installations', in: *Tate Papers* 6, 1 oktober 2006, <http://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/authenticity-change-and-loss-conservation-time-based-media>.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. 'Werkplan Infrastructuur Digitaal Erfgoed sept. 2013-maart 2014 (definitiefase).' Den Haag, ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 24 september 2013.
- Museums Association, *Museums 2020 Discussion Paper*, Londen, Museums Association, juli 2012, <http://www.museumsassociation.org/download?id=806530>.
- Museums Association, *Museums Change Life*, Londen, Museums Association, 2013, <http://www.museumsassociation.org/download?id=1001738>.
- Nederlandse Museumvereniging, *Agenda 2026: Toekomstverkenning voor de Nederlandse museumsector*, september 2010, <http://www.museumvereniging.nl/Portals/0/Assets/Over%20de%20vereniging/Agenda%202026%20PDF%20def.pdf>.
- Noordegraaf, Julia, 'Crowdsourcing Television's Past: The State of Knowledge in Digital Archives', in: *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 14 (2011) 2, 108-120.
- Noordegraaf, Julia, Cosetta G. Saba, Barbara Le Maître, Vinzenz Hediger (red.), *Preserving and Exhibiting Media Art: Challenges and Perspectives*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2013.
- Rosenbaum, Steven, *Curation Nation: How to Win in a World Where Consumers are Creators*, New York, McGraw-Hill, 2011.
- Vet, Marthe de, Jolein van Kregten, 'Touch Van Gogh and Be Touched – How New Media Are Transforming the Way We Present Complex Research', in: Nancy Proctor en Rich Cherry (red.), *Museums and the Web 2014*, Silver Spring, MD: Museums and the Web. Gepubliceerd op 31 januari 2014. Geraadpleegd op 27 maart 2014. <http://mw2014.museumsandtheweb.com/paper/touch-van-gogh-and-be-touched-how-new-media-are-transforming-the-way-we-present-complex-research/>.
- 1 Een (kleinschalig) voorbeeld van zo'n samenwerking is het project *Modeling Crowdsourcing for Cultural Heritage* van de Universiteit van Amsterdam, Stadsarchief Amsterdam, Picturae en een adviseur van University College London, dat in 2013-2014 is uitgevoerd met financiële steun van het Centre for Digital Humanities en het Creative Industries Research Centre Amsterdam van de Universiteit van Amsterdam. De projectbeschrijving is beschikbaar via: <http://dare.uva.nl/record/1/416883>.

# Het kunstmuseum in de hybride samenleving

verbindende waarde | Charles Esche



Tekeningen van Dan Perjovschi voor de hal van het Van Abbemuseum, 2006. Foto: Peter Cox





GOOGLE CHINA  
CRISIS

REVOLUTION OFF  
ON

IMMIGRANT  
COMPANY

EAST SOUTH EAST  
MIDDLE EAST

1968

2008

YESTERDAY

TODAY

LOLA ZERO

ART MARKET

LESS IS MORE

25 € 125 €

GLOBAL VILLAGE:

MAD COW BIRD FLU SWINE FLU  
D06 DAY AFTERNOON

G7  
G8  
G20  
G SPOT

WE BOTH HAVE A GOAL

REOLUTIONS

ORAN

BANK

ART

TO IMPROVE

PEOPLE TO SEE ME  
PEOPLE TO HAVE LUNCH

NOV



# ‘What we look for is a way to live, a fresh chance at coexistence’

Brian Holmes

‘Kunst is geen onderdeel van de cultuur, maar reflecteert op deze cultuur. Ze hangt erboven als een helikopter.’ Zo omschreef theatermaker Johan Simons de relatie tussen kunst en cultuur in het televisieprogramma *Zomergasten*. Door haar te omschrijven als een slingerbeweging tussen aantrekken en afstoten werpt deze uitspraak een ander licht op de verbindende kracht van kunst. Kritische reflectie en afstand nemen is net zo belangrijk als bij elkaar komen. Verbinden is zo geen plat aaneenrijgen van zaken, maar vraagt als eerste om los te komen van een positie om vervolgens de waarde van die positie te kunnen overzien, waarop die opnieuw kan worden toegeëigend of worden veranderd. Dat vraagt om ruimte – mentaal en fysiek. Nadenken over de rol van kunstinstituten in Nederland, zoals musea, vraagt om een reflectie op die ruimte en hoe je voor ruimte kunt zorgen in een hybride tijd van verregaande globalisering, Europese integratie en internetcommunicatie.

Maar niet alleen de inhoud van Simons’ uitspraak, ook de vorm laat zien welke instituties nodig zijn om te verbinden. Simons is een gevierd theatermaker die zijn talent heeft kunnen ontwikkelen in veel verschillende Nederlandse theaters, gebruikmakend van brede ondersteuningsmogelijkheden die hiervoor beschikbaar waren. Hij werkt nu in Duitsland waar hij kennismaakt met een ander kunstklimaat en bestuurscultuur, en brengt zijn kennis vervolgens terug naar de Nederlandse gemeenschap. Dat gaat ook niet vanzelf. Hiervoor treedt hij op in *Zomergasten* – een van de meest bijzondere televisieformats die werden ontwikkeld door de publieke omroep. In een beeld: Simons is een eik gegroeid op de humus van het Nederlands-Europees institutioneel weefsel.

Willen we zorgen dat in 2030 een nieuwe Simons via een nu nog onvoorstelbaar communicatiekanaal op eenzelfde publieke en doorleefde wijze zijn of haar zicht op kunst zal delen, dan zullen we zorg-

vuldig nieuwe voeding moeten aanbrengen in deze uitgeputte humuslaag. Want hoe krachtig ook, de eik Simons is van een vorige generatie. De Occupy-/Indignados-bewegingen, de Arabische lente, het ineensklappen van de wereldeconomie als gevolg van onzorgvuldige en opportune deregulatie van financiële markten, de opkomst van populistische politiek in heel Europa en de recente crisis in Oekraïne maken dat de hedendaagse horizon een andere is dan die van de jaren zestig en zeventig.

In het algemeen kan gesteld worden dat rond 1989 een grootschalige verschuiving heeft plaatsgevonden in de structuur van de Europese democratieën. Daarbij hebben een ongezonde vorm van technocratische politiek, verbonden met een te eenzijdig geloof in de deugden van de vrije markt, de Nederlandse en Europese gemeenschap na verloop van tijd verzwakt.

## Kunst voor de gebruiker van morgen

Een klein, maar belangrijk onderdeel van die destabilisatie is de onevenwichtige hervorming van de institutionele infrastructuur voor kunst. De technocratische benadering die politici op zichzelf hebben toegepast, waarin alles draait om management en marketing, is ook leidend geworden voor kunstbeleid en kunstinstellingen. Met, bijvoorbeeld, als resultaat dat de verhouding tussen bedrijfsleven en kunstprofessionals is scheefgegroeid in raden van toezicht van de Nederlandse musea en – onder de noemer van Creative Industry – een steeds meer onduidelijk samenvloeien plaatsvindt van economisch en kunstbeleid. In dat klimaat kan de verbindende slingerbeweging van de kunst zich moeilijk voltrekken.

Terugkijkend kunnen we stellen dat kunstinstellingen zijn hervormd zonder goed na te denken over de veranderende positie van kunst in een veranderende wereld. De nadruk is, bewust of niet, komen te liggen op het eenzijdig zoeken naar meer efficiënte financieringsmodellen ten behoeve van een achterhaalde, modernistische visie op kunst. Iets wat vooral zichtbaar wordt in de contraproductieve vorm van autonomie van de kunst die in Nederland, mede dankzij Thorbecke, dominant is. ‘Autonomie betekent vandaag de dag het tegenovergestelde van waarvoor ze ooit bedacht is,’ vatte filosoof en criticus Stephen Wright de huidige situatie onlangs samen. Autonomie zou mensen moeten bevrijden van een

‘zichzelf opgelegde onmondigheid’, zoals Immanuel Kant eind achttiende eeuw de kern van de verlichte mens omschreef. Niet de kunst, maar het publiek moest autonoom zijn. Een autonome burger gaat anders met zijn of haar omgeving om, ziet zich niet alleen als consument, maar als een ‘gebruiker’ – nog een term van Wright – die zichzelf wil ontplooien, maar zich ook verantwoordelijk voelt. Wil de helikopter van de kunst niet onbemand opstijgen in de jaren die komen gaan, dan zullen we ons fundamenteel moeten bezinnen op hoe we haar gebruiken en hoe we mensen kunnen stimuleren in het gebruik ervan.

Hoe de verbindende kracht van kunst behouden kan blijven voor de gebruikers van morgen, is de vraag die we moeten stellen en beantwoorden. Dat vereist een analyse van de karakteristieken van deze tijd, het in kaart brengen van het type onderzoek dat nodig is om hierop te reageren en welke elementen van het kunstbeleid we moeten herijken om klaar te zijn voor de eenentwintigste eeuw. Hiervoor moet interdisciplinair gekeken worden naar alle kunstinstellingen en hun brede bedding in de samenleving, vooral met betrekking tot onderwijs en media, opdat kunst een positieve kracht kan zijn in de ontwikkeling van onze democratische samenleving. In dit essay zullen die vragen aan de hand van het kunstmuseum worden behandeld.

### Einde van het modernisme

De hedendaagse vorm bij uitstek is de hybride. Net als auto's die rijden op meer dan één brandstof, zo zijn ook mensen in steeds meer verschillende contexten actief. De gemeenschap is minder star en hiërarchisch. Elites zijn vloeibaar geworden en relaties dynamisch en internationaal. Kleine bedrijven opereren gemakkelijk over de grens in Europees verband, mensen vinden hun echtgenoot tijdens Erasmus-uitwisselingsprogramma's en steeds meer tweede- of derdegeneratiekinderen van de migranten uit de jaren zeventig doen mee in de toplagen van de samenleving. Ondanks de renaissance van het identiteitsdenken en nationalistisch populisme is de samenleving steeds diverser geworden – zelfs ‘superdivers’ in de woorden van Rotterdamse oud-hoogleraar Tariq Ramadan. Al die ontwikkelingen zijn sterk beïnvloed door de mogelijkheden van internettechnologie en het bijbehorende concept van

globalisering. Hoe je een collectie en kennis kunt gebruiken om de verbindende kracht van kunst te activeren in een hybride samenleving is een centrale vraag voor kunstmusea.

In eerste instantie zullen kunstmusea zich moeten losmaken van het modernistische model dat vertrekt vanuit de notie van specialisatie en separatie. De hedendaagse samenleving is niet meer de geordende lappendeken van het naoorlogse modernisme, waarin elke maatschappelijke functie zijn eigen instituut en eigen merites kende. Dat betekent: afscheid nemen van het type autonomie zoals dominant in de afgelopen vijftig jaar, maar ook als gevolg daarvan het idee van ‘verheffing’ loslaten. Het idee dat mensen als het ware binnen de autonome zuil van de kunst naar een hoger niveau moeten worden getild, is een schoolvoorbeeld van een hiërarchisch opgebouwde samenleving gericht op specialisatie.

De hybride samenleving vraagt niet om een kunstexpert die de gewone gebruiker autoritair bij de hand neemt, maar om een museum dat kunst verbindt met de alledaagse belevingswereld van mensen en zo ruimte schept voor nieuwe vormen van gebruik. Het museum is geen schatkist, gevuld met kunst als betekenisloos esthetisch vermaak, maar een gereedschapskist, klaar om actief te gebruiken in verschillende contexten. Alleen als de wanden tussen disciplines worden geslecht kan kunst verbinden.

Zo moet kunst weer een plek krijgen in de politiek, in maatschappelijke debatten en in de ethiek van bedrijven. Om daar ruimte te scheppen voor een frisse blik, nieuwe gedachten, kritische reflectie; om de collectieve verbeelding te stimuleren over de wereld van morgen. Kunst moet niet meer haar eigen plaats hebben, maar weer worden geïnternaliseerd door verschillende maatschappelijke spelers. Kortom, niet meer het kunstitem in het jaartal als ‘luchtig’ niemendalletje, maar als kritische wig om maatschappelijke thema's als de Zwarte Piet-discussie, migratie, Srebrenica of het ontspoorde bankwezen open te breken en op een nieuwe manier te bekijken.

Musea moeten hierbij het voortouw nemen door met hun collecties verhalen te vertellen over relevante maatschappelijke thema's, maar ook door te zoeken naar nieuwe vormen van gebruik van hun collecties en door op oorspronkelijke wijze samen te werken met andere maatschappelijke partijen. De inzet zou daarbij niet zozeer moeten zijn om nieuwe

middelen te vinden, maar vooral om nieuwe vormen van gebruik te stimuleren die de verbindende kracht van kunst ontplooiën in een hybride wereld.

### Besturen in een hybride samenleving

In de hybride samenleving zijn publieke en private systemen intensief vermengd. Dat vraagt om een bestuurscultuur voor musea waarin zakelijke en maatschappelijke belangen op een gedegen manier in relatie tot elkaar besproken kunnen worden. Het vraagt om een experiment met en kennis van bestuursvormen waarin artistiek inhoudelijke, maatschappelijke en zakelijke belangen op een goede manier bemiddeld worden.

In het geval van kunstmusea zouden daarom kunstprofessionals (zoals ervaren managers in de kunstsector, maar ook kunstenaars en andere relevante professionals) samen met beleidsmedewerkers, (oud-)politici, leden van maatschappelijke belangenorganisaties en ondernemers moeten nadenken over de verschillende doelstellingen en mogelijke vormen van bestuur die zouden passen bij een museumorganisatie in de hybride samenleving. Inzet zou daarbij moeten zijn om niet te streven naar een uniform model, maar om juist diversiteit mogelijk te maken, zodat specifieke behoeften bediend kunnen worden, regionale belangen meegewogen kunnen worden, en er ruimte blijft voor experiment.

### Democratie 2.0 – het publieke belang van kunst

Een tweede belangrijke karakteristiek van de hedendaagse samenleving is de intensivering van het democratische proces. Internet heeft onze wereld niet alleen kleiner gemaakt en economisch, politiek en sociaal mensen aan elkaar geknoopt, ze heeft ook de structuur van het publieke domein hervormd. Ook hier is het moderne model van separatie en hiërarchische ordening afgekalfd en vervangen door nieuwe dynamische en hybride vormen. De hybride samenleving komt met een democratie 2.0. Vooral het mechanisme representatie is onder druk komen te staan, iets wat het politieke proces in zijn wortels raakt.

Musea zijn ontstaan in de negentiende eeuw en zijn onderdeel van de geleidelijke formatie van de moderne democratie. De eerste gebruikersgroep van musea was dan ook de kleine groep uit de gegoede burgerij die in de negentiende eeuw de dienst uit-

maakte. In de twintigste eeuw ontwikkelde de exclusieve democratie van de elite zich in een massademocratie, met massamedia en een kunstpolitiek gericht op verheffing en emancipatie. De hedendaagse inter-

*‘Het museum is geen schatkist, gevuld met kunst als betekenisloos esthetisch vermaak, maar een gereedschapskist, klaar om actief te gebruiken in verschillende contexten’*

nettijd opereert via netwerken en kan slecht omgaan met gesloten disciplines of instituten. Niet meer de klassieke middelen als krant of televisie bepalen het democratische debat, maar Twitter en Facebook. Deze tijd zoekt naar hybride vormen en het gebruik van kunst breekt door de poreus geworden wanden van het museum heen.

Om het juiste museale model te ontwikkelen voor de hedendaagse democratie is het belangrijk duidelijk te poneren op welke manier kunst en democratie met elkaar verbonden zijn. Want kunst mag in elke menselijke samenleving een rol spelen, in een democratie heeft de kunstervaring een specifieke functie. De Franse filosoof Jacques Rancière spreekt over een ‘esthetische regime’ dat nauw verbonden is aan het idee van democratie, terwijl de Canadese filosoof Lambert Zuidervaart, kunst analyseert als belangrijke bouwsteen voor een ‘democratische cultuur’. Wat beide, heel verschillende filosofen, centraal stellen in een democratie is de mogelijkheid om persoonlijke ervaringen zichtbaar te maken en te verbinden aan algemene opvattingen en publieke waarden, waardoor deze ervaringen en opvattingen besproken en gedeeld kunnen worden.

Kunst is daarbij niet het enige middel voor deze uitwisseling. De omgang met kunst maakt dat mensen vaardiger worden om deel te nemen aan het democratische gesprek. Dit komt doordat kunst een radicale openheid kent die wezenlijk is voor de democratie. In kunst staat de ervaring centraal. Hoe abstract of geëngageerd een kunstwerk ook mag zijn, ze maakt in eerste instantie iets zichtbaar zonder te definiëren wat het is. De kunstervaring verbindt op een organische en unieke manier denken en kijken,



In het pittoreske Engelse Lake District, aan de rand van het kleine dorpje Connistan, is al enige jaren het kleine kunstinitiatief Grizedale Arts actief. Het bevindt zich op het oude landgoed van John Ruskin en programmeert het lokale 'Mechanics Insituut'. Grizedale Arts is trendzetter in het zoeken naar nieuwe vormen van gebruik van kunst en het zoeken naar constructieve verbindingen tussen toonaangevende hedendaagse kunstenaars en de dorpsgemeenschap. De kern van hun filosofie is om eerst te kijken naar de wensen van de gemeenschap om vervolgens te kijken welke kunstenaar daar het beste aan kan werken. Zo reanimeerde ze een dorpsritueel met Jeremy

Deller, de bibliotheek met Liam Gillick en werken ze nu samen met het dorp aan een Open Call voor het lokale cricketpaviljoen. Voor Tate Liverpool ontwikkelde ze het 'Office of Useful Art' en in het Van Abbemuseum onlangs de 'Honest Shop'. Grizedale Art is daarmee onmiskenbaar een van de meest oorspronkelijke en verrassende plekken voor kunst die aansluiting heeft gevonden met de hybride wereld. Grizedale Arts wordt ondersteund door de Arts Council, maar heeft zoveel draagvlak in het dorp dat een stafid wordt betaald met bijdragen uit die lokale gemeenschap. [www.grizedalearts.org](http://www.grizedalearts.org)



'Naked Machine' ('Volkswagen Modern'), Surasi Kusolwong, 2000-2011. Van Abbemuseum. Foto: Pieter Vos

idee en gevoel. En die connecties zijn de basis voor de maatschappelijke verbindende kracht van kunst. Kunst kan mensen door middel van een ervaring verleiden tot een inzicht en een gesprek.

Dat is de belangrijke bijdrage die kunst kan leveren aan een democratische samenleving. Dialoog en beleving moeten elkaar daarbij op een goede manier aanvullen. Een kunstcollectie is hiervoor een krachtig gereedschap omdat het ervaringen uit het verleden kan activeren in het heden. We zien niet alleen wat was, maar we kunnen ons het verleden opnieuw toe-eigenen en leren het te gebruiken als reservoir met vele geschiedenissen die ons helpen om het heden te duiden.

Maar wil een nieuw begrip van een collectie betekenisvol zijn, dan moet je het kunnen delen en bespreken. Het is daarom een groot probleem dat kunstbeleid in Nederland zich bijna volledig richt op de productie en presentatie van kunst, maar de receptie laat liggen. De recente aandacht voor kunsteducatie vult die leemte niet op. Want naast de keten van jong naar oud, waarbij kunst op school de basis vormt voor later engagement, moet ook de keten onder het volwassen publiek van maker naar kijker in balans zijn. Het ontkoppelen van mediabeleid en kunstbeleid en de afbraak van de Nederlandse kunsttijdschriften (als gevolg van de bezuinigingen van het vorige kabinet) maken het lastig voor kunst om goed te functioneren in de hedendaagse samenleving. Ook bij de musea zijn de gevolgen van deze scheefgroei zichtbaar. Nu de kunstredacties bij kranten – vooral regionaal – krimpen, landelijke kunsttijdschriften stevig aan capaciteit verliezen en internet juist vraagt om experiment en investering zijn musea gedwongen om met hun krim-

pende budgetten meer te investeren in reflectie en kritiek. Wil kunstbeleid inzetten op verbinding, dan moet het beleid de verbinding in de gehele keten van productie, presentatie en receptie op coherente en gebalanceerde wijze stimuleren. De overheid zou juist partijen moeten samenbrengen en niet onderwijs, media en kunstinstellingen als aparte maatschappelijke domeinen benaderen.

### Kunst en erfgoed als levend onderdeel van de democratie 2.0

De hybride samenleving introduceert nieuwe vormen van kunst en andere manieren van omgang met erfgoed. Deze worden in het veld ontwikkeld en toegepast en in universiteiten onderzocht. Door de sterke traditie van autonomie is er in Nederland geen cultuur om deze kennis en inzichten op een levendige manier te vertalen naar het publieke debat en de politieke arena. Naast onderzoek en experiment in het veld is het belangrijk actief aansluiting te zoeken bij maatschappelijke systemen. Hoe kunnen maatschappelijke spelers als politici en *opinion leaders* beter omgaan met de culturele productie in het land? Het is belangrijk om een cultuuromslag in te leiden door proactief de modernistische zuilenstructuur te doorbreken en verbinding tussen maatschappelijke partijen en musea te zoeken.

Hiervoor is inzicht nodig in het netwerk. Wie heeft op welke moment toegang tot welke kennis en ervaring en hoe kan deze gebruikt worden? Politici, *opinion leaders*, museumprofessionals en kunstenaars zouden met elkaar in gesprek moeten gaan over welke barrières ze tegen komen in het gebruik maken van elkaars inzicht en kennis.

De aderen van de hybride samenleving zijn de datastromen van het internet. Daarbij wordt informatie niet meer centraal gedistribueerd, maar kan iedereen zowel zenden en ontvangen. Dit betekent het einde van de twintigste-eeuwse massacommunicatie. De vernieuwing in hoe mensen ideeën opdoen en die met elkaar uitwisselen is misschien zowel de grootste uitdaging voor de hybride samenleving als haar grootste kans. Cruciaal daarbij is dat de oude infrastructuur voor kennis en dialoog moeten worden omgevormd om aan te sluiten bij de nieuwe situatie. Dit betekent een omslag voor radio, televisie, kranten, tijdschriften en uitgeverijen, zowel in hun maatschappelijke functie als in bedrijfsvoering.

Voor het goed functioneren van musea is het be-

langrijk dat er een heldere relatie is tussen verschillende mediapartners waarbij de inhoudelijke missie van musea voorop dient te staan. Daarvoor zouden musea en media (radio, televisie, kranten, etc.) met elkaar in overleg moeten gaan en in algemene termen nadenken over de rolverdeling. Een aandachtspunt daarbij zou moeten zijn hoe publieke en private geldstromen hierbij samenkomen en beider belangen helder blijven.

In lijn met de verschuiving in communicatie is het belangrijk om onderzoek te doen naar de verhouding tussen de verschillende momenten in cultuurproductie en receptie. Is er een balans tussen de kunst die gemaakt wordt en wat besproken en/of gerecipeerd wordt? En wie hebben toegang tot welke vormen van kunstbeleving en/of receptie? Dit vraagt om een breed en interdisciplinair onderzoek waar kunstgeschiedenis en kunstfilosofie, ook met een sociologische en antropologische bril op, in kaart brengen hoe de dynamiek is tussen wat gemaakt wordt en hoe het wordt gebruikt.

### Naar een Nederlands-Europees beleid in relatie met de wereld

Voor Nederlandse musea is het overduidelijk dat een terugkeer naar een nationale oriëntatie een vernietigende stap terug in de tijd zou zijn. Het vernieuwde Rijksmuseum mag de Nederlandse geschiedenis vertellen, ze doet dat door Nederland te benaderen niet als centrum maar als plek in de wereld. De onlosmakelijke verwevenheid met onze buurlanden, met Europa en de wereld in zijn geheel moet een duidelijke plaats krijgen in de visie op Nederlandse musea. De sleutel ligt hierbij in een creatief, nadenken van de mogelijkheid van Europa als model. Europa wordt te weinig benaderd als uniek project, waarin de specifieke geschiedenis van dit deel van de wereld, en de specifieke sociaal-maatschappelijke vormen die daarbij horen vertaald worden in een eigen verhaal.

Het museale instituut bijvoorbeeld is tot op zekere hoogte een Europese uitvinding, verbonden aan een specifieke rol die historische bewustzijn heeft gespeeld in de formatie van onze huidige Europese gemeenschap met al zijn verschillende landen en tradities. Een Nederlands-Europees museumbeleid zou daarom een organische relatie moeten hebben met deze Europese traditie. De inzet hierbij zou niet een terugkeer moeten zijn naar Europa als centrum van de wereld, maar het ontstaan

Met de oprichting van de recente Akademie van Kunsten heeft Nederland een kleine stap gezet om de plek van kunst breder en dieper te verankeren in het publieke domein. Maar de focus op kunst alleen vertoont modernistische trekken en is niet zonder risico's. Een interessante combinatie zou zijn een kruisbestuiving tussen de AvK en het Duitse model van de Ethiekraad. Deze raad is in 2001 in het leven geroepen om de Duitse overheid te adviseren met betrekking tot ethische medische vragen omtrent het anonieme afstaan van baby's en euthanasie. De Ethiekraad is samengesteld uit wetenschappers en relevante professionals, maar zou een breder perspectief kunnen bieden als zij zou worden verrijkt met kunstenaars of kunstpro-

fessionals. Niet alleen om het advies van een dergelijke Ethiekraad breder te maken, maar ook om bijvoorbeeld in samenwerking met musea of andere kunstinstellingen een meer oorspronkelijk vorm te vinden om het debat aan te jagen. Een voorbeeld van een thema waar een Nederlandse Ethiekraad zich over kan buigen is de omgang met de Srebrenica-tragedie. Waarin bijvoorbeeld naast vooraanstaande wetenschappers ook een kunstenaar als Marko Peljhan met zijn 'Territory 1995' niet misplaatst zou zijn.  
<http://www.ethikrat.org/>  
<http://www.ladimir.net/>  
Territory-1995-Istanbul-Biennale-2009

van een Europa als plek in de wereld. De recente geopolitieke spanningen laten zien dat Europa net zo min als Amerika of Rusland erin geslaagd is om sinds 1989 een nieuw zelfbeeld te ontwikkelen dat overeenstemt met zijn huidige plaats in de wereld. Europa worstelt nog te veel met zijn eigen verleden waarin schaamte en superioriteitsgevoelens ongecoördineerd heen en weer schieten en het hangt te veel aan Amerikaanse oplossingen. Europa kan alleen een constructieve plek in de complexe wereldorde innemen als het zoekt naar een eigen verhaal dat niet als exportproduct of koloniale macht wordt ingezet, maar als uitgangspunt voor een gesprek met gelijken.

#### [Kennisaanpak – Europa en Nederland in de wereld](#)

De Europese Unie vormt een zowel politieke als inhoudelijke laag boven de nationale, regionale situatie die maar gebrekking weerklank vindt in de huidige praktijk. Het is hiervoor belangrijk dat het landelijke en regionale kunstbeleid en individuele beleid instellingen, zowel praktisch als inhoudelijk, zich duidelijk oriënteert op Europa en de wereld. Wat is zinvol om vanuit Brussel te ondersteunen en wat is een verantwoordelijkheid van nationale en regionale overheden? Dit onderzoek zou daarbij ontwikkeld moeten worden in actief overleg met Europa, waarbij niet alleen gereageerd wordt op elkaar, maar eveneens gezamenlijk nagedacht wordt over praktische en inhoudelijke vragen. En betrek in die dialoog ook gesprekspartners van buiten Europa, zowel internationale belangenorganisaties als ICOM, maar ook regionale kunstprofessionals uit bijvoorbeeld Zuidoost-Azië of Noord-Afrika.

#### [Wederkerigheid in het publieke domein – kunst, economie en politiek](#)

Een laatste karakteristiek van de hedendaagse hybride samenleving is de onevenwichtig grote rol die economisch denken speelt in het zoeken naar oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken. De dominantie van een bedrijfsmatige en economische benadering heeft zowel de potentiële bijdrage die kunst kan leveren aan de samenleving als het functioneren van de democratie beschadigd. Het recente onderzoek van de Eerste Kamer naar de gevolgen van de inzet van privatisering als wondermiddel in de politiek van na 1989 kan hierbij aangehaald worden als teken van voortschrijdend inzicht.

In het museumbeleid overheerst helaas nog steeds het neoliberale denken. Efficiëntie en commerciële exploitatie van de collectie voeren de boventoon. Ze openen geen wegen naar een nieuw gebruik van kunst en haar verbindende kracht, maar worden uitsluitend ingezet om het klassieke, modernistische museum oude stijl te voorzien van financiering. Op die manier wordt vermeden om na te denken over welke rol musea spelen in het organiseren van een constructieve uitwisseling tussen kunst, economie en politiek. We moeten de relatie tussen kunst als publiek gegeven en het bedrijfsleven opnieuw definiëren om het publieke belang te verdedigen met steun van het bedrijfsleven. Daarom moet niet alleen het aandeel van het bedrijfsleven in de raden van toezicht voor musea worden teruggedrongen, maar er moet een nieuwe wederkerige relatie worden opgebouwd tussen musea en bedrijfsleven. Het moet net zo vanzelfsprekend worden dat er een kunst-

naar of museumprofessional in een bestuur van een bedrijf zit, als dat er een zakenman in een raad van toezicht van een museum zit.

Het belang van deze wederkerige relatie laat zich goed illustreren door het positieve effect dat goede kunstinstellingen hebben op het vestigingsklimaat. Goede kunstinstellingen zijn indicatoren van een sterke democratie en een weerbare en veerkrachtige gemeenschap. Bedrijven profiteren niet alleen van de spectaculaire façade van de kunst, maar juist van de verbindende kracht van kunst in een gemeenschap. Kortom, ook een bedrijf heeft baat bij kunsteducatie, kunsttijdschriften en alle andere ondersteunende functies die kunst nodig heeft om tot bloei te komen. Willen we ontwikkelen naar een meer gedifferentieerde vorm van financiering van kunstinstellingen dan is het van belang om na te denken over hoe de gehele keten van kunstproductie en receptie ondersteund kan worden, en niet alleen de sponsor-gevoelige topjes van de ijsberg in de vorm van blockbustertentoonstellingen of indrukwekkende aankopen.

#### Wat te meten om wat te weten? Beter inzicht in het veld en het geld

Sinds de jaren negentig zijn museumorganisaties bedrijfsmatig geprofessionaliseerd met een te grote nadruk op een te beperkte set aan indicatoren voor succes. Als gevolg van praktische overwegingen richt bedrijfsvoering zich sterk op bezoekersaantallen, financiële hygiëne, impact op toerisme en creatieve industrie en evaluatie door *peers*. Wat ontbreekt zijn meer specifieke meetsystemen voor museumorganisaties om hun inhoudelijke doelen te vertalen in meetbare targets. Binnen de bestuurskamers van musea is het nog geen gebruik om de inhoudelijke en zakelijke doelstellingen gezamenlijk te vertalen in meetbare richtlijnen. Wat voor type museumervaring wil een museum bijvoorbeeld leveren? En hoe kun je zien of dat ook wordt bereikt? Het ontwikkelen van meer instrumenten om beter en transparant de ambities van musea te formuleren en inzichtelijk te maken zou een belangrijke stap voorwaarts zijn voor museumorganisaties.

Door de verregaande internationalisering van de kunstmarkt en de grote belangstelling van de mondiale elitekunst en erfgoed is de positie van musea en publieke instellingen ingrijpend veranderd. Musea

In 2010 richtten vier Europese musea samen de museumconfederatie L'Internationale op. In 2013 traden nog twee musea toe. De leden zetten zich in om niet alleen samen onderzoek te doen en tentoonstellingen te realiseren, maar om gezamenlijk te zoeken naar duurzame vormen van samenwerking. Inzet hierbij is om ieders regionale bedding te respecteren en een internationale dialoog mogelijk te maken waarbij collecties en kennis gedeeld worden. Op dit moment werkt de confederatie aan het tweede project een vijfjarig onderzoeks- en tentoonstellingsprogramma met de titel *The Uses of Art – on the legacy of 1848 and 1989*, dat wordt gerealiseerd met behulp van Europese subsidie. L'Internationale is een voorbeeld van een samenwerking die zoekt naar een typische Europese vorm die open is naar de rest van de wereld. De huidige leden zijn: Moderna galerija (Ljubljana, Slovenië); Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia (Madrid, Spanje); Museu d'Art Contemporani de Barcelona (Barcelona, Spanje); Museum van Hedendaagse Kunst Antwerpen (Antwerpen, België); SALT (Istanboel en Ankara, Turkije) en Van Abbemuseum (Eindhoven, Nederland).

Essay van Steven ten Thije over The Uses of Art: [http://issuu.com/vammedewerker/docs/vam\\_radically\\_yours\\_\\_09\\_2013?e=2161518/4960991](http://issuu.com/vammedewerker/docs/vam_radically_yours__09_2013?e=2161518/4960991) (vanaf pagina 13); Interview met Charles Esche: <http://metropolism.com/features/a-cosmologyof-museums/>

kunnen maar op beperkte schaal meedoen op de internationale markt en de verzekerde waarden van de collecties hebben grote impact op de begroting van musea. Het is belangrijk om gezamenlijk met collectioneurs, galleries, kunstenaars en museale veld de impact die de waardeontwikkeling op het internationale functioneren van musea heeft in kaart te brengen en na te denken over aspecten waar gezamenlijk optreden zinvol kan zijn. Hierbij is te denken aan bewuster omgaan met schenkingen en nationale *indemnity*.

#### Over twintig jaar

Als de overheid nu een brede discussie begint over de zoektocht naar een nieuw kunstbestel dat aansluit op de hybride samenleving kan over twintig jaar:

- Kunst in het midden van de samenleving staan als levendig en waardevol gereedschap voor het publieke gesprek over wie we zijn en waar we heen willen.
- Is kunst niet meer een eigen zuil, maar vertakt met veel verschillende maatschappelijke spelers.
- Zijn musea open, publieke instellingen die nieuwe vormen van gebruik van kunst ondersteunen.



- Is de keten tussen productie, presentatie en receptie stevig verankerd in het bewustzijn van alle overheden en private partijen die kunst ondersteunen en zijn er duidelijke en organische relaties met onderwijs- en mediabeleid.
- Is er een nieuwe ethiek in bedrijfsleven die kunst niet meer alleen als marketingmiddel ziet, maar kunst weet te gebruiken om de samenleving waarin haar medewerkers leven te versterken.
- Gebruiken musea de verbindende kracht van kunst om organisch bruggen te bouwen tussen de verhalen van de gemeente, het land, Europa en de wereld.

*Charles Esche (1962) is directeur van het Van Abbemuseum in Eindhoven en oprichter van Afterall Journal and Books. Hij is curator van de Biënnale van São Paulo 2014. Andere tentoonstellingen die hij in de laatste twintig jaar heeft vormgegeven, zijn onder andere 'Strange and Close' in CAPC, Bordeaux (2011); 'An Idea for Living' tijdens de U3 Slovene Triennale (2011); de 2de en 3de RIWAQ Biennials in Ramallah, Palestina (2007/2009); de 9de International Istanbul Biennial (2005) en de 4de Gwangju Biennale, Zuid-Korea (2002). Hij is bestuurslid van CIMAM (International Committee for Museums and Collections of Modern Art) en voorzitter van CASCO – Office for Art, Design and Theory, Utrecht. In 2012 heeft hij de Princess Margriet Award for Cultural Change van de European Cultural Foundation ontvangen; in 2013 de Minimum Prize van de Pistoletto Foundation en in 2014 de CCS Bard College Prize for Curatorial Excellence.*

N.B. Deze tekst is op persoonlijke titel geschreven maar is de uitkomst van een nauwe samenwerking en uitwisseling van visies binnen het Van Abbemuseum. Hierbij wil ik de volgende mededenkers noemen: Christiane Berndes, Annie Fletcher, Diana Franssen, Ulrike Erbslöh en Steven ten Thije, die tevens deze tekst mede hebben vormgegeven.

#### Bibliografie

*Er was eens...De collectie nu*, Van Abbemuseum, 2013.

'Picasso in Palestine', in: *A Prior*, #22, 2011, [http://aprior.org/article-detail/editorial\\_picasso\\_in\\_palestine](http://aprior.org/article-detail/editorial_picasso_in_palestine)

Berndes, Christiane, SUPERFLEX, Daniel McClean, Kerstin Niemann (eds), *Free Sol LeWitt*, Van Abbemuseum, 2010.

Bradley, Will, Charles Esche (red.), *Art and Social Change, A Critical Reader*, Tate, 2007.

Holler, Christian (red), *L'Internationale – Post-War Avant-Gardes 1957 and 1986*, JRP | Ringier, 2012.

Holmes, Brian, *Escape the Overcode, Activist Art in the Control Society*, Van Abbemuseum, 2009.

Mouffe, Chantal, *The Democratic Paradox*, Verso, 2000.

Ramadan, Tariq, *Super Diversity*, Witte de With, 2011.

Ranciere, Jacques, *Aesthetics and its Discontents*, 2009.

Wright, Stephen, *Towards a Lexicon of Usership*, Van Abbemuseum, 2013.

Zuidervaat, Lambert, *Art in Public, Politics, Economics, and a Democratic Culture*, Cambridge University Press, 2010.

Turkije kent praktisch geen publieke infrastructuur voor hedendaagse kunst en daarmee is de ondersteuning in handen van private partijen. De onderzoeks- en tentoonstellingsinstelling SALT, ondersteund door Garanti Bank, is een mooi voorbeeld hoe een private partij zich kan inzetten voor een instelling die zich volledig opstelt als een publieke instelling. SALT heeft zich in de afgelopen jaren weten te ontwikkelen als een unieke en toonaangevende instelling in de Turkse kunstwereld en daarbuiten. SALT verzamelt kunstenaarsarchieven van belangrijke Turkse kunstenaars en is een levendige hub voor lezingen, discussie en debat op het hoogste niveau. Meer als enige ander instituut in het hedendaagse Europa laat SALT zien dat een erfgoedinstelling ondersteund kan worden door private partijen zonder zich daarbij volledig te moeten inzetten voor maximalisatie van bezoekersaantallen en blockbustertentoonstellingen. <http://www.saltonline.org/>

# Naar meer waarde in museumeducatie

educatiewaarde | Carla van Boxtel







Kinderen tijdens museumles 'Kunstmaten', onderdeel van het Boijmans taal- en rekenprogramma. Foto: Museum Boijmans Van Beuningen

# Ambities, didactische uitdagingen en professionalisering

Musea vertellen aan de hand van hun collectie verhalen. Daarmee zijn het rijke omgevingen waar niet alleen de nieuwsgierigheid wordt geprikkeld, maar mensen ook kennis kunnen construeren en betekenis kunnen geven. Deze educatieve waarde zou het hart van elk museum moeten vormen. Welke educatieve ambities passen bij de uitdagingen van deze tijd en de nabije toekomst? Ambities die musea hebben op het terrein van educatie reflecteren verschillende onderwijsoriëntaties. Die oriëntaties zijn niet nieuw en komen vaak in combinatie met elkaar voor.<sup>1</sup> De concrete invulling is echter steeds aan verandering onderhevig onder invloed van de maatschappelijke dynamiek. Ik zal de vraag welke educatieve ambities bij de uitdagingen van deze tijd horen vanuit drie oriëntaties bespreken.<sup>2</sup> Vervolgens ga ik in op implicaties voor de didactische aanpak en de vraag welke eisen dit stelt aan educatieve medewerkers. Tot slot doe ik aanbevelingen voor de wijze waarop de noodzakelijke kennis ontwikkeld en verspreid zou kunnen worden via verschillende vormen van samenwerking en onderzoek.

## Ambities

Bij de *inhoudsgerichte oriëntatie* staat de ambitie om bepaalde inhouden te willen overdragen centraal. De inhoudelijke oriëntatie hangt uiteraard sterk samen met de collecties waarover musea beschikken. Een museum met een collectie realistische kunstwerken biedt het voortgezet onderwijs bijvoorbeeld een workshop aan met als doel kennisverwerving over deze kunststroming. Wanneer musea hun educatieve doelstellingen alleen afleiden van de inhoud van de collectie is het risico groot dat de kennis die ze willen overdragen niet vanzelfsprekend relevant en betekenisvol is voor alle bezoekers en dat het leren dat in gang wordt gezet zich beperkt tot het verwerven van kennis.

In het onderwijsveld en de onderwijswetenschappen is sprake van een omslag van het overdragen van kennis als doel op zich naar het kunnen *gebruiken* van kennis in diverse contexten en het *creëren* van nieuwe

kennis en betekenis. De lerende verwerft de concepten en vaardigheden die kenmerkend zijn voor een domein om verschijnselen te begrijpen en interpreteren en om zelf oplossingen of nieuwe kennis of producten te kunnen creëren. Het gaat dus niet alleen om het 'weten dat...', maar ook om het kunnen 'denken en creëren met' deze kennis.<sup>3</sup> Onlangs benadrukte de Onderwijsraad het belang hiervan onder de noemer 'twenty-first century skills'.<sup>4</sup> Wat geleerd kan worden in een museale context betreft dus een samenhangend geheel van betekenisvolle kennis, vaardigheden en attitudes.

Het is voor musea een uitdaging om deze doelen specifiek te maken voor de heel uiteenlopende doelgroepen die zij bedienen. Wat betekent 'naar kunst leren kijken', 'experimenteren' of 'inleven in het verleden' voor kinderen van een kinderdagverblijf? Wat betekent het voor scholieren uit het voortgezet onderwijs, voor gezinnen, of de bezoeker op de website van het museum? Veel musea richten zich in hun algemene doelstellingen op ontwikkeling van attitudes, zoals een onderzoekende houding of het vermogen om met een diversiteit aan perspectieven om te gaan. Het blijft echter vaak onduidelijk wat deze doelen in de ogen van het museum precies inhouden en ook hoe de gekozen educatieve aanpak precies bijdraagt aan de realisatie van die doelen. Elk doel vraagt immers om daarbij passende leeractiviteiten.

Bij de *op persoonlijke ontwikkeling gerichte oriëntatie* staat de persoonlijke ontwikkeling van individuen vanuit hun interesses, voorkennis en opvattingen centraal. Musea kunnen kinderen, jongeren en volwassenen helpen ontdekken wie ze (kunnen) zijn en waar hun talenten liggen en deze tevens helpen ontwikkelen. Cultureel erfgoed levert een belangrijke bijdrage aan ons identiteitsbesef.<sup>5</sup> Onderwijs over dit erfgoed kan jongeren en volwassenen dus zicht geven op hun identiteit. Dat vraagt wel om een benadering waarin aandacht is voor reflectie op wat erfgoed voor anderen, maar ook voor jezelf betekent en hoe deze betekenisgeving mede beïnvloed wordt door wie we zijn, maar ook wie we willen worden.<sup>6</sup> In musea lijkt een dergelijke meer reflectieve aanpak gericht op een bijdrage aan persoonlijke ontwikkeling nog maar mondjesmaat aanwezig.

De afstemming van educatie op specifieke groepen en individuen is niet eenvoudig. Groepen laten zich

steeds minder goed definiëren. Het proces van identiteitsvorming is in onze hedendaagse samenleving complexer geworden. Mensen participeren in soms heel uiteenlopende gemeenschappen en praktijken, zoals gezin, werkomgeving, woonomgeving, vrije tijd en sociale media. Identiteit is dan ook gelaagd en dynamisch. Ondanks een zekere continuïteit is onze identiteit ook wat we op een bepaald moment in een specifieke situatie als identiteit naar voren brengen. Het is geen etiket dat mensen als het ware aankleeft. Mensen willen bijvoorbeeld niet zomaar als ‘oudere’

‘toppers’ behoren.<sup>8</sup> Juist voor hen is de ervaring dat leren leuk kan zijn en hun eigen talenten ertoe doen belangrijk.

De *maatschappijgerichte oriëntatie* tot slot richt zich op een bijdrage aan een betere samenleving. Veel hedendaagse musea hebben de ambitie om met educatie een verbindende rol te spelen en maatschappelijke kwesties onder de aandacht te brengen. Het museum behoort een plaats te zijn waar kinderen en volwassenen elkaar kunnen ontmoeten, ervaringen kunnen uitwisselen en kunnen nadenken en debat-

## ‘De afstemming van educatie op specifieke groepen en individuen is niet eenvoudig. Groepen laten zich steeds minder goed definiëren’

bestempeld worden met de verwachting dat ze zich daar in allerlei opzichten en alle situaties naar zullen gedragen. De afstemming op individuele interesses, ervaringen en voorkennis kan in het kader van museumeducatie dus niet geheel vooraf bedacht worden, maar zal deels gestalte moeten krijgen tijdens het bezoek aan het museum.

Uit internationaal vergelijkend onderzoek blijkt dat veel talentvolle leerlingen in Nederland onder hun kunnen presteren. Daarbij wordt overigens vooral gelet op cognitieve prestaties, zoals lees- en rekenvaardigheid. Maar talentontwikkeling moet breder worden opgevat. De Onderwijsraad benadrukte onlangs dat de samenleving behoefte heeft aan creativiteit, probleemoplossend vermogen, samenwerking, culturele en morele sensitiviteit, zorgzaamheid en vakmanschap.<sup>7</sup> Voor alle leerlingen is het van belang dat ze uitgedaagd worden, binnen en buiten de klas, om hun eigen specifieke talenten, op welk terrein dan ook, te ontplooiën.

Musea zouden hierin een grotere rol kunnen nemen door het aanbieden van kennisrijke en uitdagende leercontexten en door het mogelijk maken van individuele trajecten. De peer-to-peer programma’s die een aantal musea aanbiedt passen bijvoorbeeld goed bij de ambitie van talentontwikkeling. Musea zouden vanuit de op persoonlijke ontwikkeling gerichte oriëntatie ook de ambitie moeten hebben om bij te dragen aan de ontwikkeling van een positieve leeridentiteit bij kinderen, jongeren en volwassenen die in cognitief opzicht niet tot de

teren over maatschappelijk relevante kwesties. Met educatieve activiteiten die gericht zijn op de directe omgeving van een museum kan het museum bijdragen aan doelen als buurtvernieuwing, het tegengaan van sociale uitsluiting en de versterking van sociale cohesie. Dergelijke doelen vragen om samenwerking met andere organisaties, zoals welzijnsinstellingen, lokale media, bibliotheken en verenigingen.

Een belangrijke uitdaging is hoe dergelijke ‘grote doelen’ uit te werken in concrete educatieve activiteiten. Musea zouden zich kunnen richten op het ontlokken en begeleiden van *processen* die van belang zijn voor het realiseren van zulke doelen, zoals het vergelijken van en reflecteren op verschillende perspectieven en de dialoog aangaan over maatschappelijke kwesties. De maatschappijgerichte oriëntatie vraagt overigens ook om zelfreflectie bij de musea. Op welke wijze vormen de verhalen die zij presenteren ankers voor specifieke identiteiten, in hoeverre zijn ze op kennisconstructie (in plaats van overdracht) en dialoog gericht?

### Didactische uitdagingen

Wanneer ambities helder zijn moeten passende pedagogisch-didactische aanpakken ontwikkeld, gerealiseerd en geëvalueerd worden. De ambities en ontwikkelingen die hierboven genoemd worden, vragen volgens mij om het kunnen toepassen van verschillende vormen van activerende didactiek, ‘vak’didactische kennis en dialogisch onderwijs. Zowel in scholen als in musea is sprake van een

verschuiving van het willen overdragen van kennis en betekenissen naar het in interactie met de lerende of bezoeker *construeren* van kennis en betekenissen.<sup>9</sup>

Musea sluiten bij deze ontwikkeling aan door meer nadruk te leggen op het actief exploreren, creëren en uitwisselen. In een 'klassieke' rondleiding luisteren bezoekers vooral naar de rondleider die toelichting geeft bij een reeks museumobjecten met de bedoeling zijn of haar kennis over te dragen. In een 'interactieve' rondleiding is meer sprake van samen kijken, nadenken, praten over objecten en betekenis geven. Door vragen te stellen wordt een dialoog met de bezoeker in gang gezet en kan de rondleider de bezoeker aanzetten tot zinvolle leeractiviteiten als activering van voorkennis, reflectie, inleven en het innemen van een ander perspectief.

Bij het inzetten van activerende didactiek moet goed nagedacht worden over *welk* soort activiteiten bijdragen aan specifieke doelstellingen. Dat vraagt in feite om vakdidactische kennis. Wanneer een historisch museum bij wil dragen aan de ontwikkeling van historisch tijdsbesef, dan zijn het maken van vergelijkingen tussen heden en verleden en het contextualiseren van historische objecten en verhalen bijvoorbeeld zinvolle activiteiten. Om creativiteit te bevorderen zijn weer andere activiteiten van belang.

Nauw gerelateerd aan de verschuiving naar een meer activerende didactiek is de toenemende gerichtheid op beleving.<sup>10</sup> In een museum kun je niet alleen zien hoe een Romeins soldaat gekleed was, je kunt ook ervaren hoe zwaar die helm was. Met 3D-technieken kun je als het ware binnentreden in de wereld van een schilderij. Leerervaringen in musea zijn ervaringen die ingebed zijn in fysieke actie en gepaard gaan met een prikkeling van alle zintuigen. Dit sluit aan bij recente theorieën over 'embodied cognition'.<sup>11</sup> Deze visie op leren stelt dat kennis ver-

ankerd is in lichamelijke actie, emoties en perceptie.

De belevingsgerichte aanpak roept echter ook vragen op. Gaat een multimediale ervaring ten koste van de kracht van objecten? Resulteert een overdaad aan zintuiglijke prikkeling niet in cognitieve overbelasting die het leren eerder hindert dan faciliteert? Wat is de rol van emoties? Moeten musea deze wel bewust 'manipuleren'? Is beleving alleen voldoende om te resulteren in leren of moet het samen gaan met bijvoorbeeld contextualisering en reflectie?

Veel musea kiezen in hun educatie voor een aanpak waarin het actief exploreren en onderzoeken centraal staat. Onderzoekend leren is echter niet per definitie dialogisch. Waarom is bevorderen van dialoog van belang? Dialogisch onderwijs betekent dat het onderzoeken, creëren en betekenis geven een gezamenlijke onderneming is waarin ervaringen, voorkennis en associaties verwoord worden en waarin mensen over en weer op elkaar reageren.<sup>12</sup> Die interactie is geen doel op zich, maar zou in gang moeten worden gezet en ondersteund met het oog op specifieke doelstellingen en om een betere aansluiting op leerbehoeften van individuele bezoekers te kunnen realiseren.

Dialoog vraagt ook om het aanreiken en ontlokken van verschillende perspectieven. Dat betekent dat educatoren in musea de pluriformiteit van verhalen en betekenissen gerelateerd aan de museumcollectie en presentatie moeten kennen. Aansluiting bij de dynamische opvatting van cultureel erfgoed impliceert dat musea geen essentialistisch verhaal over de betekenis van een museumobject moeten overdragen, maar moeten werken vanuit het besef dat sprake is van een continu en sociaal proces van betekenisgeven en van multiperspectiviteit.<sup>13</sup>

### Educatoren

Wat educatieve medewerkers, zoals museumdocenten, hoofden publiek en educatie en rondleiders precies zouden moeten kennen en kunnen om de educatieve waarde van musea goed tot zijn recht te laten komen, is nog nauwelijks gedefiniëerd.<sup>14</sup> Tran en King formuleerden voor educatoren in *science museums* een gewenste kennisbasis.<sup>15</sup> Educatoren moeten volgens hen kunnen functioneren in een (fysieke, sociale, temporele) context die unieke mogelijkheden biedt, maar ook beperkingen heeft voor leren. Ze moeten kunnen voortbouwen op de (vaak

‘Zowel in scholen als in musea is sprake van een verschuiving van het willen overdragen van kennis en betekenissen naar het in interactie met de lerende of bezoeker *construeren* van kennis en betekenissen’





Foto: Amsterdam Museum, Jeroen Oerlemans

heel uiteenlopende) interesses, referentiekaders en achtergronden van een diversiteit aan bezoekers. Ze moeten objecten kunnen toelichten en ze doelgericht kunnen gebruiken in een verhaal, uitleg of betekenisvol gesprek dat bijdraagt aan gestelde doelen. Dit vereist niet alleen (vak)didactische en pedagogische kennis en vaardigheden, maar ook inhoudelijke. Volgens Tran en King is het verder belangrijk dat educatoren op de hoogte zijn van constructivistische en sociaal-culturele leertheorieën waarin leren als een actief, sociaal en gesitueerd proces van betekenisconstructie wordt beschreven. De bezoeker moet uitgenodigd worden tot kijken, contextualiseren, onderzoeken, het stellen van vragen, kritisch en creatief denken, discussie en reflectie.<sup>16</sup>

### Samenwerking en onderzoek

De functies van educatief medewerker en rondleider in een museum zijn in Nederland sinds de jaren vijftig professies in ontwikkeling.<sup>17</sup> Het ontbreekt hen echter nog steeds aan een gemeenschappelijke vaktaal die kenmerkend is voor een professie en die gebruikt kan worden om praktijksituaties te analyseren, problemen te benoemen en op te lossen.<sup>18</sup> Dit heeft onder andere te maken met de verschillende achtergronden van educatieve medewerkers en rondleiders, verschillende collecties en doelstellingen, het feit dat weinig professionaliseringsactiviteiten specifiek gericht zijn op deze

groep en er nog weinig wetenschappelijk onderzoek is naar het leren en onderwijzen in musea. Voor de noodzakelijke professionalisering noem ik hier twee zaken die van belang zijn: versterking van samenwerking en onderzoek.

Ten aanzien van samenwerking kan een onderscheid worden gemaakt tussen collegiale samenwerking en multiprofessionele samenwerking. Collegiale samenwerking betreft samenwerking tussen educatieve medewerkers van verschillende musea in duurzame netwerken. Op netwerkbijeenkomsten zouden niet alleen *good practices* gedeeld moeten worden, maar moet iedereen elkaar ook als *critical friends* kunnen bevragen, dilemma's voorleggen en samen mislukkingen analyseren. Ze kunnen tevens overleggen over de wijze waarop betekenis- en kennisproductie meer in het hart van de museale organisatie komen. Hoe kan de educatieve waarde een rol spelen bij collectievorming en tentoonstellingsbeleid?

Multiprofessionele samenwerking betreft samenwerking tussen mensen met een verschillende professie. Educatieve medewerkers moeten duurzame samenwerking realiseren met leraren, andere culturele instellingen zoals archieven of bibliotheken en lokale organisaties zoals voor naschoolse opvang. Hoe kunnen we elkaars expertise beter benutten? We kennen in Nederland relatief weinig grootschalige educatieve projecten waarin diverse musea in een



Het Rijksmuseum van Oudheden richtte in 2009, samen met de Universiteit Leiden, de MuseumJeugdUniversiteit op. Inmiddels hebben musea in meer dan twintig andere steden zich bij het initiatief aangesloten. Foto: Rijksmuseum van Oudheden

stad of regio samenwerken met scholen en andere instellingen. In New York City is in het project 'Urban Advantage' bijvoorbeeld aandacht voor professionalisering van docenten, schoolleiders en oudercoördinatoren in de school en wordt een programma ontwikkeld waarin scholieren over verschillende jaren heen diverse musea bezoeken.<sup>19</sup>

Het is opmerkelijk dat, gezien het grote aantal musea in Nederland en het feit dat die musea jaarlijks veel scholieren over de vloer hebben en daarnaast ook educatieve activiteiten uitvoeren gericht op andere doelgroepen (zoals families met kinderen, medewerkers van bedrijven of immigranten die een inburgeringscursus volgen) in Nederland nauwelijks wetenschappelijk onderzoek plaatsvindt naar het leren en onderwijzen in musea. Je zou dit type onderzoek verwachten bij universiteiten en hogescholen die onderwijs verzorgen gericht op musea.<sup>20</sup> Maar dat onderzoek is er nauwelijks.<sup>21</sup>

Musea en onderzoeksgroepen aan universiteiten en hogescholen zouden veel meer dan nu het geval is samen kunnen werken aan onderzoek. Er is bij universiteiten en hogescholen veel relevante expertise, zoals didactische en vakdidactische expertise (bijvoorbeeld over het onderwijzen van geschiedenis en kunst, of

‘Dialogoel vraagt ook om het aanreiken en ontlokken van verschillende perspectieven’

het bevorderen van een onderzoekende houding), expertise ten aanzien van communicatie, dialogisch onderwijs, interesse, motivatie, leren met nieuwe media (bijvoorbeeld *augmented reality*, *game-based learning*) en *embodied cognition*.

Onderzoeksvragen kunnen meer theoretisch of empirisch van aard zijn en zowel fundamenteel als praktijkgericht. Wat betekenen sociaal-culturele en sociaal-constructivistische perspectieven op leren voor museumeducatie? In hoeverre reflecteren musea in hun educatieve activiteiten een dynamisch begrip van erfgoed, cultuur en identiteit?<sup>22</sup> Hoe speelt authenticiteit een rol in het construeren van betekenissen door bezoekers? Is er een verschil tussen het leren over kunstobjecten in de klas aan de hand van (digitale) afbeeldingen en het leren aan de hand van de authentieke objecten in een museale ruimte? Hoe stimuleer je participatief en dialogisch leren in het

kader van een educatieve rondleiding en wat betekent participatief en dialogisch leren voor de inrichting van het museum? Wat is uit internationaal onderzoek bekend over de opbrengsten van een bezoek aan het museum door groepen leerlingen? Hoe kan aansluiting worden gevonden bij zowel actuele maatschappelijke discussies als de individuele belevingswereld? In hoeverre voeden musea bij jongeren het besef dat cultuur waarde heeft? Hoe beïnvloeden de sociaal-economische en culturele achtergrond van bezoekers hun waardering voor bepaalde educatieve activiteiten, hun explorerend gedrag en de inhouden van conversaties? Met welke instrumenten kunnen we de kwaliteit van het leren en onderwijzen in een museum in kaart te brengen? Welke methodieken zijn het meest effectief wanneer we binnen het museum exploratief gedrag van kinderen wil bevorderen?

Er zou ook meer ontwerponderzoek uitgevoerd kunnen worden. Op basis van een grondige probleem-analyse kan men een concrete museumles of gehanteerde didactiek (her)ontwerpen en onderzoeken in hoeverre dit het gestelde probleem oplost of de educatieve activiteit verbetert. Naast samenwerking met onderzoekers op universiteiten en hogescholen zouden er ook binnen de musea meer educatieve medewerkers werkzaam moeten zijn die in het museum onderzoek doen gericht op educatie.<sup>23</sup>

### Tot slot

Elk museum zou zich de vraag moeten stellen welke ambities zij hebben ten aanzien van het benutten van hun collectie voor de ontwikkeling van bij die collectie passende kennis, vaardigheden en attitudes. En op welke wijze wil het museum bijdragen aan de persoonlijke ontwikkeling van bezoekers en aan een betere samenleving? Vindt het museum de ene oriëntatie belangrijker dan de andere en hoe verbindt het de verschillende oriëntaties met elkaar? De uitdaging is om vanuit de (verschillende) oriëntaties doelen voor het museum als geheel te formuleren, maar ook voor specifieke tentoonstellingen of activiteiten en voor verschillende groepen die het museum wil bereiken. Het definiëren van die ambities en doelstellingen met betrekking tot educatie is geen kwestie van marketing. Het gaat niet om het 'verpakken' van educatieve doelstellingen in fraaie, maar leeg blijvende hulzen, en ook niet om het verhogen van bezoekersaantallen.

Het gaat om de vraag wat educatie voor meerwaarde kan geven aan museumbezoek. Om die meerwaarde te realiseren en te versterken is verdere professionalisering en expertiseontwikkeling ten behoeve van kwaliteitsverbetering van museum-educatie hard nodig. Deze professionalisering en expertiseontwikkeling kan gerealiseerd worden door versterking van samenwerking en het stimuleren van onderzoek.

*Carla van Boxtel is hoogleraar Vakdidactiek, in het bijzonder van geschiedenisonderwijs aan de Universiteit van Amsterdam (UvA). Daarvoor was zij bijzonder hoogleraar Historische Cultuur en Educatie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en universitair hoofddocent bij de Interfacultaire Lerarenopleiding van de UvA. Haar onderzoek richt zich op het leren over geschiedenis en cultureel erfgoed. In 2013 verwierf zij samen met het Rijksmuseum, het Stedelijk Museum en het Van Gogh Museum subsidie voor het onderzoeksproject 'Rondleiden is een vak! Professionalisering van rondleiders en verbetering van educatieve rondleidingen in kunst- en historische musea'.*

- 1 Deze oriëntaties werden al in 1974 genoemd door Eisner en Vallance. Zie Elliot Eisner en Elizabeth Vallance, 'Five conceptions of curriculum: Their roots and implications for curriculum planning', in: Eisner, Elliot W. and Vallance, Elisabeth (red.), *Conflicting Conceptions of Curriculum*, Berkely, 1974, 1-18.
- 2 Ik doe dit met name vanuit mijn kennis van ontwikkelingen in het onderwijsveld en de onderwijswetenschappen en de ervaringen die ik heb met betrekking tot erfgoed- en museum-educatie. Die ervaringen zijn voor een belangrijk deel gerelateerd aan mijn rol als onderzoeker in het NWO-project 'Heritage education, plurality of narratives and shared historical knowledge' (2008-2014) aan de Erasmus Universiteit Rotterdam (projectleiding M. Grever en C. van Boxtel, onderzoekers P. de Bruijn, G. Savenije en S. Klein) en het project 'Rondleiden is een vak! Professionalisering van rondleiders en verbetering van educatieve rondleidingen in kunst- en historische musea' aan de Universiteit van Amsterdam (2013-2017, i.s.m. het Rijksmuseum, Van Gogh Museum en Stedelijk Museum, ondersteund door SNS Reaalfonds en het Mondriaanfonds).



- 3 John Bransford en Daniel Schwartz, 'Rethinking transfer: a simple proposal with multiple implications', in: A. Iran-Nejad en P. D. Pearson (red.), *Review of research in education*, 24, Washington, 1999, 61-100.
- 4 Onderwijsraad, *Een eigentijds curriculum*, Den Haag 2014.
- 5 Willem Frijhoff, *Dynamisch erfgoed*, Amsterdam, 2007.
- 6 Zie Maria Grever en Carla van Boxtel, *Verlangen naar tastbaar verleden. Erfgoed, onderwijs en historisch besef*, Hilversum (verschijnt najaar 2014).
- 7 Zie het rapport van de Onderwijsraad, 'Een smalle kijk op onderwijs', Den Haag, 2013.
- 8 Onderwijskundige Monique Volman benadrukt het belang van het stimuleren van betrokkenheid en de ontwikkeling van een positieve leeridentiteit in haar oratie *Kennis van betekenis. Betrokkenheid als kwaliteit van leerprocessen en leerresultaten*, Amsterdam, 2011.
- 9 Eilean Hooper-Greenhill maakt onderscheid tussen een overdrachtspedagogie en een constructivistische pedagogie. Zie Eilean Hooper-Greenhill, 'Het museum als leraar. Museumpedagogie als uitdaging', in: *Volgt de gids? Nieuwe perspectieven voor educatie en gidsing in kunstmusea*, Koning Bouwewijnstichting, 2001.
- 10 Rob van der Laarse, *Bezeten van vroeger. Erfgoed, identiteit en musealisering*, Amsterdam 2005.
- 11 Zie voor literatuur over *embodied cognition* o.a., Mary Helen Immordino-Yang en Antonio Damasio, 'We feel, therefore we learn: the relevance of affective and social neuroscience to education', in: *Mind, Brain, and Education*, 1 (2007) 1, 3-10; Arthur Glenberg, 'How reading comprehension is embodied and why that matters', in: *International Electronic Journal of Elementary Education*, 4 (2011), 5-18.
- 12 Robin Alexander, *Towards dialogic teaching: Rethinking classroom talk*. York 2008; Rupert Wegerif, *Dialogic education for the Internet age*, London, 2013.
- 13 Zie ook Carla van Boxtel, 'Something to talk about? The potential of a dynamic approach of heritage in heritage education', in: *EUROCLIO Bulletin*, 30 (2010) 53-63 en Carla van Boxtel, Stephan Klein en Ellen Snoep (red.), *Heritage Education. Challenges in dealing with the past*, Amsterdam, 2011.
- 14 Het definiëren van competenties waarover educatieve rondleiders in musea zouden moeten beschikken is onderdeel van het onderzoeksproject 'Rondleiden is een vak! Professionalisering van rondleiders en verbetering van educatieve rondleidingen in kunst- en historische musea' aan de Universiteit van Amsterdam (2013-2017), uitgevoerd door Mark Schep.
- 15 Lynn Tran en Heather King, 'The professionalisation of museum educators: the case in science museums', *Museum Management and Curatorship*, 22,(2007), 2 , 131-149. Zie ook Albertijn en Hoefnagels, 2012
- 16 Zie onder andere Ibanez Wolberg en Allison Goff, 'Thinking routines', *Journal of Museum Education*, 1 (2012), 59-68.; Margaret Burchenal en Michelle Grohe, 'Thinking through art: transforming museum curriculum', in: *Journal of Museum Education*, 2 (2007), 111-122.
- 17 Zie Agnes Grondman, Melissa de Vreede, Karin Laarakker en Odette Reydon, *Over passie en professie. Een eeuw publieksbegeleiding in Nederlandse musea*, Utrecht, 2010.
- 18 Lynn Tran, 'The work of science museum educators', in: *Museum Management and Curatorship*, 23 (2008), 2, 135-153.
- 19 Zie [www.urbanadvantagenyc.org](http://www.urbanadvantagenyc.org)
- 20 Dit onderzoek zou passen bij eerste en tweede-graads lerarenopleidingen, de Reinwardt Academie en de Universiteit van Amsterdam die de master Museum Studies verzorgt.

- 21 Onderzoek dat er wel is, is onder andere het eerder genoemde onderzoeksprogramma over erfgoededucatie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, het recent begonnen onderzoeksproject over educatieve rondleidingen in kunst- en historische musea aan de Universiteit van Amsterdam en onderzoek naar exploratief gedrag van kinderen dat in NEMO is uitgevoerd door Tessa van Schijndel, Rooske Franse en Maartje Raymakers, afdeling ontwikkelingspsychologie van de Universiteit van Amsterdam. Voorjaar 2014 start NEMO in samenwerking met de UvA met NEMO Research and Development, gericht op onderzoek naar *science* leren.
- 22 Zie het proefschrift van Pieter de Bruijn, *Bridges to the Past. Historical Distance and Multiperspectivity in English and Dutch Heritage Educational Resources* en van Geerte Savenije, *Sensitive History under Negotiation Pupils' historical imagination and attribution of significance while engaged in heritage projects*. Beide proefschriften zullen in oktober 2014 verschijnen.
- 23 In het onderwijs is een toenemend aantal leraren betrokken bij onderzoek of voert zelf onderzoek uit, bijvoorbeeld op een academische opleidingschool of in het kader van een promotiebeurs voor leraren. In het museale veld zou iedereen hier een voorbeeld aan kunnen nemen.

# Over waarheid en waardering

belevingswaarde | Arnoud Odding







De Eerste Schilderijenzaal van Teylers Museum, 2014. Foto: Hilde de Wolf

Wie nadenkt over een kennisagenda voor musea moet weten waartoe musea dienen. Waarom bestaan ze nog? Waarom sluiten we ze niet? Pas als je een antwoord hebt op de vraag naar de bestaansreden kun je antwoord geven op de vraag wat ze moeten doen en welke kennis er nodig is en dus welk onderzoek gedaan moet worden. Gedurende het grootste deel van de twintigste eeuw hoefde de vraag naar de bestaansreden nauwelijks gesteld te worden. Die was duidelijk. Musea dienden een hoger doel. Musea brachten de samenleving verder en ze vervulden een belangrijke rol in het beschavingsoffensief.

De nieuwe eeuw heeft verandering gebracht in die vanzelfsprekende en nauwelijks omstreden redenering. Opeens worden er vraagtekens geplaatst bij nut en noodzaak van musea. Door de samenleving en door de politiek. Musea en culturele instellingen moeten onder woorden brengen wat ze doen, waarom ze het doen en wat het rendement 'van onze belastingcenten' is. Musea schrikken zich wild, sommige denken dat het de gevolgen van een populistische retoriek zijn. Andere proberen dieper na te denken en zoeken naar de onderliggende redenen. Populisme, zo redeneren ze, kan alleen gedijen als er een voedingsbodem is.

In de afgelopen paar jaren is veel nagedacht over de betekenis en de waarde van musea. De Nederlandse Museumvereniging (NMV) heeft een dappere poging gedaan om de 'vijf kernwaarden' te benoemen die samen de maatschappelijke betekenis van musea vormen: collectiewaarde, verbindende waarde, educatieve waarde, belevingswaarde en economische waarde. Mooie begrippen en een beleidsmaker heeft er een handige kapstok aan.

Maar, als ik eerlijk ben, bevredigen die waarden me niet echt. Collectiewaarde... wat is dat? Waaraan ontlenen die potten, pijpen en schilderijen die waarde dan? Hoezo verbindingswaarde? Doet sport dat niet net zo goed of zelfs beter? Educatieve waarde? Wat vertellen we die scholieren dan? En waarom? Zo kan ik nog wel even doorgaan. Die vijf kernwaarden zijn mooie begrippen maar niet scherp en ik zie er de echte bestaansgrond van musea niet in terug. Als we die bestaansgrond niet benoemen dan leggen deze waarden weinig gewicht in de schaal. Ze ontlenen dat gewicht aan een meer fundamentele *maatschappelijke* waarde. De vraag is: welke is dat?

### De wetenschappelijke oorsprong van musea

Laten we een poging ondernemen die vraag te beantwoorden door naar de geschiedenis van musea te kijken. Musea zijn voortgekomen uit collecties en die collecties zijn om twee redenen verzameld: de wil om een bepaald onderwerp te bestuderen en machtsvertoon. Dat punt van machtsvertoon is eigenlijk de enige constante door de hele geschiedenis van musea. De eerste collecties werden verzameld door vorsten en edellieden en nog altijd zijn de belangrijkste tempels van onze cultuur ware magneten voor de machtigen der aarde. Voor dit verhaal is het echter belangrijker te kijken naar de dingen die zijn veranderd.

In de achttiende en vooral de negentiende eeuw ontstonden vooral in Europa en de Verenigde Staten veel nieuwe musea. Meestal was de behoefte van een wetenschapper of genootschap of de particuliere obsessie van een welgestelde burger de drijvende kracht achter de verzameldrift. Die verzamelingen werden netjes geordend en in vitrines gezet of aan de wand gehangen. Daardoor kon je de objecten beter vergelijken en bestuderen.

Musea hebben zo enorm bijgedragen aan de professionalisering van kennis en wetenschap, vooral in de negentiende eeuw. Maar met het voortschrijden van de wetenschap en de techniek werd de behoefte om al die objecten voortdurend binnen handbereik te hebben minder groot. Na verloop van tijd hadden we die opgezette vogels en andere dieren wel voldoende vergeleken en gedetermineerd. De opkomende fotografie en reproductietechnieken maakten het onnodig om alle schilderijen voortdurend op zaal te laten hangen. Veel collecties van vooral universiteiten werden van een grote schat tot een financiële last.

### Volksverheffing als nieuwe bestaansgrond

Als het bij deze veranderingen was gebleven dan was het waarschijnlijk met veel collecties niet goed afgelopen. Gelukkig diende zich aan het einde van de negentiende eeuw een andere bestaansreden voor de musea aan. Nadat aan het begin van de negentiende eeuw de hogere burgerij zich had geëmancipeerd, begon ook het lagere volk zich in de loop van die eeuw steeds meer te roeren. En onder invloed van sociale bewegingen en een stijgend opleidingsniveau maakten steeds meer mensen aanspraak op macht en invloed. Het kies-



recht ontwikkelde zich van censuskiesrecht naar algemeen kiesrecht. Eerst alleen voor mannen en later ook voor vrouwen. Als iedereen recht van spreken heeft, is het natuurlijk wel belangrijk dat we elkaar begrijpen en dezelfde taal spreken, als beschaafde mensen. Musea gingen een rol spelen in het beschavingsoffensief. Musea gingen mensen opvoeden tot betere burgers.

De pure wetenschap trok zich geleidelijk terug binnen de muren van de universiteiten. In de musea stelden de wetenschappelijk medewerkers zich tot doel de eigen collectie te bestuderen, in toenemende mate met het oog op de presentatie voor het publiek. Een gevolg was dat in de loop van de twintigste eeuw steeds minder objecten in de museumzalen stonden. Immers, als het niet meer gaat om de wetenschappelijke vergelijking van objecten maar om het vertellen van een overtuigend verhaal dan kun je volstaan met veel minder objecten. De bezoeker wordt dan niet afgeleid door een veelheid van objecten. Dat helpt bij de concentratie.

En waar in de negentiende eeuw de museumzaal depot en presentatieruimte tegelijkertijd was,

werden in de twintigste eeuw de tentoonstellingszalen van de depots gescheiden. De openingstijden werden verruimd en het werd steeds belangrijker voor musea om publiek te trekken. De tentoonstellingen werden professioneler, net als het educatief werk. In de loop van de twintigste eeuw werd het voor scholen vanzelfsprekend dat een bezoek aan het museum onderdeel uitmaakte van het schooljaar. Alhoewel sommige museumprofessionals nog dachten dat musea er voor de kennis en de wetenschap waren, was de voornaamste taak de verheffing van het volk. En dat was precies de reden waarom overheden de financiële verantwoording namen voor steeds meer musea. Daarmee zijn het typisch maatschappelijke instellingen: ze komen oorspronkelijk voort uit het particuliere initiatief

*‘Musea hebben zo enorm bijgedragen aan de professionalisering van kennis en wetenschap, vooral in de negentiende eeuw’*

De Ovale Zaal van Teylers Museum. Foto: Kees Hageman



maar worden tegenwoordig vooral door de overheid gesteund.

Maar wat is er dan veranderd in de laatste paar jaren? Waarom maakt de overheid die terugtrekkende beweging? Heeft de overheid het geloof in het beschavingsoffensief verloren? Of is het beschavingsoffensief misschien voltooid? Om die vraag te beantwoorden moeten we kijken naar de grote veranderingen in de samenleving. Wat is er gebeurd dat de overheid nu lijkt te aarzelen?

### De opkomst van de informatiesamenleving

De grote verandering van de afgelopen jaren is de opkomst van de informatiesamenleving. Iedereen staat voortdurend met iedereen in verbinding en iedereen heeft met een paar *swipe*-bewegingen toegang tot vrijwel alle denkbare kennis in de wereld. Een jonge man van nog geen twintig jaar oud, ergens in Noord-Afrika, met een tweedehands smartphone, heeft toegang tot meer kennis dan de president van de Verenigde Staten twee decennia geleden. De hedendaagse mens haalt zijn kennis en informatie overal vandaan.

Informatie is van een schaars goed in de negentiende eeuw tot een uiterst overvloedig goed in de eenentwintigste eeuw geworden. Informatie is tegenwoordig een *commodity*. Dat heeft grote gevolgen

musea voor de volksopvoeding is al eerder aan het wankelen gebracht. Al vanaf de jaren tachtig van de twintigste eeuw zie je dat overheden telkens andere argumenten gebruiken om kunst, cultuur en musea te steunen. De ene keer is de kunst het glijmiddel voor de economie, een andere keer dienen musea om achtergestelde bevolkingsgroepen bij onze cultuur te betrekken en dan weer is het museum er om het regionale cultuurtoerisme te stimuleren. Ook komt het voor dat men wijst op het 'intrinsieke belang van de autonome kunstontwikkeling'.

Afhankelijk van de gebruikte argumenten passen overheden de criteria aan waarop musea 'afgerekend' worden. Kwalitatieve parameters zijn niet meer genoeg. Steeds vaker komt de nadruk te liggen op aspecten die je kunt kwantificeren. Dat je zoveel schoolkinderen hebt ontvangen; dat er weer meer bezoekers zijn geweest; dat je een hoger eigen inkomstenpercentage hebt gerealiseerd of dat je zoveel toeristen naar de streek hebt getrokken die een bepaald bedrag bij de middenstand hebben uitgegeven. Allemaal prachtige cijfers, maar de kern ontbreekt. Omdat musea geen breed gedragen kwalitatieve bestaansredenen meer kunnen noemen, nemen overheden hun toevlucht tot kwantitatieve argumenten.

‘Als iedereen recht van spreken heeft, is het natuurlijk wel belangrijk dat we elkaar begrijpen en dezelfde taal spreken, als beschaafde mensen’

voor de oude hiërarchische relaties in de samenleving. Autoriteiten worden niet meer vanzelfsprekend erkend. Ook de autoriteit van het museum is aan erosie onderhevig. Het volk zal zelf wel uitmaken of het verheven wil worden. Daarmee komt de beschavingsofdracht ten einde en daarmee is de belangrijkste legitimatiegrond voor de financiering van musea aangetast. Want als we niemand meer hoeven te verheffen, waarom moet er dan nog zoveel geld naar musea?

De informatiesamenleving is natuurlijk niet alleen door internet veroorzaakt. De opkomst van radio, televisie en andere massamedia hebben het pad geëffend. En ook het vanzelfsprekende belang van

### De zoektocht naar inspiratie

Nogmaals, waartoe dienen musea nu ze niet of nauwelijks nog voor de kern van het wetenschappelijk bedrijf relevant zijn en nu ze niet meer nodig zijn voor een beschavingsoffensief? Wat is de functie van musea aan het begin van de eenentwintigste eeuw? Een tijd waarin kennis, beelden en impulsen de mensen steeds meer overspoelen? Er zijn museummedewerkers die zich deze vraag regelmatig stellen. Anderen hebben helemaal niet door dat de wereld is veranderd en waarom de antwoorden uit vorige eeuwen niet meer voldoen.

En dat terwijl het antwoord zo simpel is. Want waarom komen mensen, geheel vrijwillig, naar

musea? Omdat ze iets willen meemaken, omdat ze iets moois willen zien, omdat ze een heerlijke dag uit willen, omdat ze hun blikveld willen verruimen. Kortom, omdat ze geïnspireerd willen worden! Dat is wat we belevingswaarde noemen. Mensen willen niet verheven worden want dat zijn ze al. Ze komen voor de schoonheid, de verrassing, de bevestiging, de stilte, de rust, voor ontregeling, voor begrip en voor dingen die ze niet eerder meemaakten. Het museum van de eenentwintigste eeuw is het museum in de communicatiesamenleving en het museum van de netwerksamenleving.

In de eenentwintigste eeuw kunnen musea een inspirerende omgeving bieden. Een omgeving waarin we onze wereld met frisse ogen kunnen bezien, waarin we uitgedaagd worden een kwestie van een andere kant te bekijken, een boek te lezen, een gesprek aan te gaan, een gedachte uit te werken, simpelweg te genieten, te leven en te beleven. Mensen komen niet meer omdat de maatschappij zegt dat het goed voor ze is maar omdat ze er zélf voor kiezen.

### Objectiveren en subjectiveren

Nu we weten wat de opdracht van musea in de eenentwintigste eeuw is, moeten we kijken hoe we die opdracht effectief kunnen invullen en welke rol onderzoek daarin speelt. Wat voor soort onderzoek hebben we nodig? En als we over onderzoek spreken hebben we het dan over het wetenschappelijke onderzoek zoals je dat aan de universiteiten vindt? Het soort onderzoek dus waarbij een wetenschapper de waarheid probeert te achterhalen en waarbij hij streeft naar objectivering, naar een waarde vrije interpretatie van de feiten die hij verzamelt? Waardenvrijheid en objectiviteit zijn natuurlijk een illusie, ook in de wetenschap, maar de wetenschapper probeert wel zo rationeel en afgewogen mogelijk te werk te gaan.

Dat is heel wat anders dan wat we in de dagelijkse praktijk van musea zien. Daar kiezen we een invalshoek, daar lichten we een bepaald aspect uit. Een aspect dat we interessant genoeg vinden om in de spotlight te zetten. De curator kiest. Dat is zijn werk. Door te kiezen creëert of versterkt hij betekenis. Betekenis is het samenstel van kennis en waarderingsen die onze relatie met een fenomeen of object in de buitenwereld bepaalt. Betekenis is fluide en verandert door nieuwe kennis en nieuwe waarderingsen. Het museum biedt een context aan een bepaald



Tekening van De Eerste schilderijenzaal van Teylers Museum, Johan Conrad Greive (1837–1891), 1862

onderwerp of een serie objecten. In moderne terminologie gesteld: het museum oordeelt en waardeert en daarmee ‘framed’ het de bezoeker.

Waar de universitair medewerker probeert te objectiveren daar subjectieveert de museummedewerker. Daarmee is niet gezegd dat het museum een loopje neemt met de werkelijkheid. Nee, het museum gebruikt wel degelijk de objectief verifieerbare feiten, maar het museum kiest datgene eruit waarmee het een betekenisvol of inspirerend verhaal kan vertellen. Anders wordt het saai. De universitair onderzoeker heeft misschien minder oog voor die complete amfoor uit de Romeinse tijd dan voor die potscherf uit de tijd van de Etrusken. Het museum kiest voor de complete amfoor omdat het daarmee het verhaal inspirerender kan vertellen. Potscherven zijn duf, zeker als je ze gang na gang in grijze vitrines laat zien.

Het werk van de curator en de ‘echte’ wetenschapper is weliswaar niet tegengesteld maar ook zeker niet identiek. Dat komt door de verschillende doelen die ze nastreven – of zouden moeten nastreven want laten we wel wezen, de meeste wetenschappelijk medewerkers bij musea willen het liefst voor vol worden aangezien, als ‘echte’ wetenschappers. Maar dat is niet verstandig. Laten we met de nieuwe kennisagenda helderheid creëren. De universiteiten zijn er voor de waarde vrije wetenschap en de musea zijn er voor de waardering. Dat komt voort uit hun bestaansreden en laten we die verschillend georiën-



## ‘De belangrijkste aanbeveling voor de kennisagenda is dat musea hun negentiende-eeuwse hang naar objectiviteit verlaten en dat ze een op feiten gebaseerde subjectiviteit omarmen’

teerde vormen van wetenschap en interpretatie niet door elkaar halen, want dan loop je het risico op gemankeerde wetenschap en kreupele musea.

### Een slim krachtenveld organiseren

Nu we dit zo helder gesteld hebben is het tijd voor de nuances. Een in theorie kloppend model is aardig, maar de werkelijkheid is altijd te complex voor een simpel model. De eerste vraag is dan: kan het echt niet, zuivere wetenschap binnen de museummuren? Natuurlijk kan het wel. Bij sommige instellingen gebeurt het ook nog altijd. Het bovenstaande is bedoeld om aan te geven dat het subjectiverende werk van musea wezenlijk anders georiënteerd is dan het objectiverende werk van de pure wetenschapper. Te lang zijn die twee verschillende gaardheden onvoldoende van elkaar onderscheiden. De voortdurende vraag zal dus blijven of het wenselijk is dat de zuivere wetenschap een plaats blijft houden binnen (sommige) musea. Wat is de meerwaarde boven de meestal logischer plek van een universiteit? Daar dient het museum met regelmaat een helder antwoord op te kunnen geven.

Daarnaast is er natuurlijk de kwestie dat je om je werk goed te kunnen doen als waarderend curator natuurlijk wel kennis moet hebben van de nieuwste wetenschappelijke inzichten. Intensieve samenwerking tussen musea en universiteiten is dus van groot belang en moet waar mogelijk gestimuleerd worden. Daardoor ontstaat een prachtig krachtenveld waarin de wetenschapper een waar of tenminste hoogst genuanceerd beeld probeert te schetsen en waarin de curator er de meest betekenisvolle en inspirerende zaken uitlicht. Juist door die samenwerking leren beide specialisten begrijpen vanuit welke achter-

grond de ander redeneert en daarmee krijgen ze ook een scherper beeld van hun eigen rol en beweegredenen. Wetenschappers hoeven dus niet een in hun ogen simplistische voorstelling van zaken te geven en curatoren hoeven geen gortdroge verhalen te schetsen.

Wetenschappers geven vaak aan dat zij hun werk creatief vinden. Creatief binnen de door de wetenschappelijke discipline bepaalde grenzen. Museum-mensen gaan verder, zij moeten de in potentie meest betekenisvolle zaken eruit lichten en die zo bewerken dat ze maximaal effect sorteren. Want hoe meer kennis ieder individu onder handbereik heeft des te groter de behoefte aan duiding is. Zonder duiding verdrinken we in de informatie.

De belangrijkste aanbeveling voor de kennisagenda daarom is dat musea hun negentiende-eeuwse hang naar objectiviteit verlaten en dat ze een op feiten gebaseerde subjectiviteit omarmen. Musea kunnen alleen een rol van belang spelen als ze zich richten op de interpretatie van de wereld, op het maken van uitsneden. In musea gaat het om waarderen, opiniëren en duiden. Alleen zo kunnen ze inspirerend zijn en de belevingswaarde vergroten.

### Naschrift

Op 24 april faciliteerde de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed in Amersfoort een studiebijeenkomst over de komende kennisagenda. Uitgebreid is daar van gedachten gewisseld over het verschil tussen de objectiverende impulsen van de wetenschapper en de subjectiverende opgave van de museumcurator. In die bijeenkomst werden twee verschuivingen in het museumveld genoemd die sterk samenhangen met de veranderende rol van het museum: van een instelling die doceert naar een instelling die inspireert.

De eerste verschuiving die we die middag bespraken had betrekking op de discussie over echt en onecht, ofwel het verschil tussen nep en authentiek. Authenticiteit is misschien wel de grootste schat die de musea koesteren. ‘Wij hebben échte spullen en die échte spullen geven ons een voorsprong op andere instellingen die dat niet hebben. Daar zullen de mensen altijd voor terugkomen.’ Het lijkt zo’n onvermijdelijke logica maar toen we daar verder over nadachten rees de twijfel. Immers, als we die ‘echte’ objecten technisch exact kunnen namaken, waardoor je het verschil werkelijk niet meer ziet, waarom

zouden we dan nog naar het museum gaan voor die andere 'echte' werken? Beklijft de sensatie van echtheid dan wel? Ook over twee of drie generaties?

Het is opvallend hoe vaak musea de laatste tijd reproducties ter ondersteuning van hun verhaal gebruiken. Wat vijftien jaar geleden ondenkbaar was gebeurt steeds vaker. 'Tutankhamun, the exhibition' in Amsterdam Expo behoorde met 178.000 bezoekers tot de best bezochte tentoonstellingen van de afgelopen jaren. Daar zat niet één authentiek object bij. Wat is authentiek, hoe ontwikkelt dat begrip zich en wat zijn de gevolgen voor musea? Hoe kunnen ze er gebruik van maken?

De tweede verschuiving waarover we spraken op die 24ste april betrof de veranderende rol van de bezoeker. De twintigste-eeuwse museumbezoeker die toegelaten werd tot de zalen met verheven kunst diende zijn mond te houden en op te letten, om de kennis die het museum hem voorzette goed tot zich te kunnen nemen. Dat is aan het veranderen. De hedendaagse bezoeker lijkt zich te ontwikkelen van een passieve kennisabsorbant (vergeef me het mooie woord) tot een actieve deelnemer en soms zelfs creator. Er zijn voorbeelden te over.

Kijk naar het Textielmuseum met zijn textielab waar jaarlijks honderden kunstenaars en ontwerpers experimenteren met de nieuwste technieken en kijk naar het Glasmuseum met z'n glaslab waar kunstenaars nieuwe werken maken en waar kinderen komen kerstbalblazen. Kijk naar het Centraal Museum waar bezoekers in werkplaatsen zelf aan de slag kunnen. Of kijk naar Rijksmuseum Twenthe waar de openingen van tentoonstellingen drukbezochte salons zijn geworden, vol debat, voorstellingen en inloopworkshops.

Musea worden weer plekken waar niet alleen kennis wordt overgedragen, maar waar ook gediscussieerd en gecreëerd wordt. Heeft dit alles te maken met de bredere verandering van de museale taakopvatting? Of zijn er ook andere oorzaken aan te wijzen? Gaat het museum hiermee een renaissance tegemoet als een leer- en weetkring zoals het die had in de achttiende en negentiende eeuw? Of zal het die rol verliezen aan instellingen zoals bibliotheken, onderwijsinstellingen of ad-hocinitiatieven die zichzelf zoveel makkelijker dan vroeger digitaal organiseren? Moet het museum zich nog wel beperken tot dat ene fysieke onderkomen? Zal het zich beperken tot de ei-

gen collectie? Wat is er nodig om beter in te kunnen spelen op allerlei maatschappelijke ontwikkelingen? En uitiem: waarom stroomt het museum niet voor de samenleving uit?

De actuele onderzoeksvraag voor musea is niet hoe we de traditionele museumtaken ietsje beter vervullen maar hoe hoog we durven te vliegen. Laat de kennisagenda vooral een innovatieagenda zijn.

*Arnoud Odding is directeur van Rijksmuseum Twenthe en van O dubbel d, strategisch advies voor musea. Eerder adviseerde hij onder andere de dierentuin Artis over een integraal vernieuwingsplan en was hij directeur van het Nationaal Glasmuseum dat onder zijn leiding een ingrijpende metamorfose onderging. Samen met Tiziana Nespoli publiceerde hij in 2004 'Het gedroomde museum' en in 2011 schreef hij de publicatie 'Het disruptieve museum' in opdracht van de Stichting DOEN. Het artikel 'Over waarheid en waardering' schreef hij op persoonlijke titel.*

## Verder lezen

Over de informatiesamenleving:

Alessandro Barrico, *De barbaren*, 2010.

Over stagnatie en vernieuwing:

Clayton Christensen, *The Innovator's Dilemma*, 1997.

Over creativiteit:

Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, 2004.

Over leven als kunstvorm:

Seth Godin, *The Icarus Deception – How High Will You Fly*, 2012.

Over alles wat mag:

Friedrich Nietzsche, *De vrolijke wetenschap*, uitgave 2003.

Over beleving en belevenis:

Joseph Pine en James Gilmore, *De beleveniseconomie*, 1999.

Over wetenschap:

J.J. Voskuil, *Het bureau*, 1996-2000 (alle zeven delen).

# Musea in economisch perspectief

economische waarde | René Goudriaan







# Een analyse van toekomstige kansen en bedreigingen

Wie met economische ogen naar musea kijkt, komt er snel achter dat het om een bijzondere tak van sport gaat. Mensen die er niet naar toe gaan, profiteren wel van hun bestaan, maar betalen – behalve indirect via de belastingen – niet mee aan de instandhouding van musea. Zij verkopen bijvoorbeeld een kop koffie, hotelovernachting of souvenir aan bezoekers die speciaal voor het *Laatste Oordeel* van Lucas van Leyden naar de Leidse Lakenhal zijn gekomen. Of aan diegenen die altijd al eens met eigen ogen het mooi gelegen Museum Belvédère in Heerenveen wilden zien. Daarnaast zijn niet alle aspecten in geld uit te drukken. Musea dragen ook bij aan moeilijk in cijfers weer te geven externe effecten (Frey en Meier, 2006), zoals nationale trots en nationale identiteit. Dat bemoeilijkt de vaststelling van de economische waarde van musea.

Vaak worden die lastig meetbare baten gemakshalve vergeten bij de bepaling van de economische waarde van musea, hoewel die juist een van de belangrijke redenen vormen voor overheidssubsidiëring. Gelukkig zijn er uitzonderingen.<sup>1</sup> De economische waarde van musea is meer dan de bijdrage aan het Bruto Binnenlands Product (BBP). Berekeningen zijn ook niet altijd makkelijk te maken: sommige culturele instellingen zijn officieel geen museum, zoals de Nieuwe Kerk in Amsterdam (want die heeft geen eigen collectie), maar de tentoonstellingen trekken jaarlijks wel een breed publiek dat niet in de museale

jaaroverzichten terug te vinden is. Alleen toen het Stedelijk Museum daar tijdelijk te gast was met de expositie 'Heilig vuur' (winter 2008-2009) telde de kerk weer wél mee in de statistieken.

Een ding is zeker: musea zijn op dit moment wereldwijd *booming business*. Het Louvre trok in 2012 bijna tien miljoen bezoekers, een miljoen meer dan het jaar ervoor. Het door de Amerikaanse architect Frank Gehry ontworpen Guggenheim Museum in Bilbao, dat voor het publiek openging in 1997, heeft de ingedutte Spaanse havenstad weer doen groeien en bloeien. Er verzezen de afgelopen jaren indrukwekkende kunsttempels in Qatar en Abu Dhabi, terwijl China hét museumland in opkomst is. Inmiddels staan daar ruim 4000 bouwwerken die soms nog niet of slechts gedeeltelijk zijn gevuld – wat de kunstprijzen weer flink opdrijft – en zijn er de komende vijftien jaren nog eens 6000 in aantocht (Garschagen, 2014). Bovendien gingen in 2012 in de Verenigde Staten alleen al 850 miljoen mensen naar een museum; meer dan alle bezoekers van Amerikaanse pretparken en de belangrijkste sportevenementen bij elkaar (The Economist, 2013).

Ook in Nederland is de (internationale) belangstelling voor musea groter dan ooit. Het publiek stroomt toe in het vernieuwbouwde en heropende Stedelijk Museum in Amsterdam en het Haagse Mauritshuis. President Obama poseerde in het geheel gerenoveerde Rijksmuseum voor Rembrandts 'Nachtwacht' en kort geleden is de uitbreiding van De Fundatie in Zwolle voltooid met een spectaculaire opbouw op het dak. Net als in het buitenland, zoals het imposante Ordos Art Museum in het Chinese deel van de Gobi-woestijn, heerst ook in Nederland de trend: het gebouw zelf mag er ook wezen. Het mag beeldbepalend zijn en zelfbewustzijn uitstralen.

## 22 miljoen bezoeken per jaar

Het kan snel veranderen in de museumwereld. Aan het begin van deze eeuw stond in een beleidsnota van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap dat het museumbezoek is gestabiliseerd, het Nederlandse museumpubliek vergriest en nieuwe doelgroepen moesten worden aangetrokken (Tweede Kamer 2001/2002). Desondanks is het museumbezoek in Nederland volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) in 2011 gestegen tot ruim 22 miljoen bezoeken per jaar en de verwachting is dat

<sup>1</sup> Voor Nederland is recent een eerste poging ondernomen om de economische waarde van musea – naar de huidige kennis en beschikbaarheid van gegevens – zo goed mogelijk in kaart te brengen (Marlet, Poort en Van Woerkens, 2011). Helaas moesten de onderzoekers bij de kwantificering van de baten, vanwege de gebrekkige informatie en de moeilijke meetbaarheid van een belangrijk deel van de economische baten, vaak noodgedwongen terugvallen op veronderstellingen in plaats van op harde cijfers. Dat valt de onderzoekers niet aan te rekenen. Ze hebben voorzichtig gerekend en geen overdreven inschattingen gemaakt van de economische baten (in tegenstelling tot de economische impactanalyses van veel commerciële adviseurs).



die verder zullen oplopen. De musea hebben de economische crisis goed doorstaan in vergelijking tot de rest van de cultuursector (Blankers et al., 2012).

Dat klinkt geweldig, en het stemt optimistisch, maar hoe zal de situatie over pakweg een decennium zijn? Gaan de nieuwe ouderen uit het digitale tijdperk dan nog steeds net zo vaak naar een museum als de huidige generatie ouderen? Blijven de buitenlandse toeristen (uit het verre oosten) nog altijd in groten getale komen? Ook is het de vraag of musea (met hun beperkte budgetten) nóg grotere aantallen bezoeken aankunnen of dat het ten koste gaat van de soms kwetsbare collecties of wellicht het pand. En delen alle musea mee in de groei van het bezoek of zijn het alleen de ‘superstar’-musea (Frey, 1998) met een topcollectie en een imposante huisvesting?

Bovendien gaat groei niet tot in de eeuwigheid door. Ergens houdt groei op. Budgetten, inkomens en vrije tijd zijn immers begrensd. Consumenten hebben nog nooit zoveel verschillende mogelijkheden gehad om hun vrije tijd en hun inkomen te besteden en het aantal alternatieve vrijetijdsbestedingen blijft groeien in het digitale tijdperk.

Maar op dit moment lijken de bomen nog tot in de hemel groeien. Al zijn de precieze redenen niet goed duidelijk. We hebben er nauwelijks een wetenschappelijk onderbouwde verklaring voor. Een vak als ‘cultural economics’ aan de universiteiten stelt wetenschappelijk nog betrekkelijk weinig voor.<sup>2</sup> Dat zouden de museale sector en de overheid zich moeten aantrekken. Want de vrijetijdsmarkt wordt een internationale vechtmart en dan hebben musea harde wetenschappelijke kennis nodig – over het publiek, hun wensen, de impact van nieuwe ontwikkelingen als 3D-prints, een groter publieksbereik, enzovoort – om de concurrentie aan te kunnen. Musea zijn het aan de samenleving en aan zichzelf verplicht om die verantwoordelijkheid te nemen.

<sup>2</sup> De kunsteconomen kunnen bijvoorbeeld veel leren van de gezondheidseconomen van wie de discipline al veel verder is ontwikkeld, maar dat gebeurt nauwelijks. Veel problemen uit de gezondheidseconomie (‘health economics’) vertonen immers grote overeenkomsten met die in de kunsteconomie (informatie- en sturingsproblemen, moeilijk meetbare prestaties en kwaliteit, externe effecten, professionele autonomie, gereguleerde markten, commerciële en niet-commerciële aanbieders, enzovoort).

## ‘Delen alle musea mee in de groei van het museumbezoek of zijn het alleen de ‘superstar’-musea met een topcollectie en een imposante huisvesting?’

### Verleid het publiek

De ruim 22 miljoen bezoeken (waarvan bijna 30% door buitenlandse toeristen) betekenen niet dat iedere Nederlander ten minste één keer per jaar in een museum komt. Het gaat om 22 miljoen bezoeken, niet om 22 miljoen individuele bezoekers. In 2012 heeft volgens ‘Cultuur in Beeld 2013’ 48% van de (volwassen) Nederlanders een of meer keren een museum bezocht. Dat zijn zo’n acht miljoen Nederlanders. De andere ruim acht miljoen komen er dus niet of komen er minder dan één keer per jaar. Dat geldt overigens ook voor die 850 miljoen bezoeken in de Verenigde Staten, dat klinkt heel veel, maar ook daar komt maar de helft van de bevolking in een jaar in een museum.

Lang is gedacht dat als je musea gratis zou maken de bezoekers vanzelf zouden komen. Toegegeven, eerst stijgt hun aantal licht, maar dan stagneren die cijfers alweer. En wat ook blijkt: het bestaande publiek komt vaker, maar nieuwe bezoekers win je er nauwelijks mee (Goudriaan et al., 2002). Het museumpubliek blijkt weinig prijsgevoelig. Juist in een tijdperk waarin de toegangsprijzen sneller stijgen dan ooit en veel sneller dan de algemene inflatie, neemt het museumbezoek sterk toe. Prijsstijgingen leiden slechts tot een marginale daling van het bezoek, mede omdat de toegangsprijzen slechts een kwart bedragen van de totale kosten van een museumbezoek (inclusief reiskosten en consumpties). Het gebodene is veel belangrijker dan de hoogte van de toegangsprijzen.

De afgelopen kwarteeuw zijn beduidend meer museumbezoeken afgelegd, omdat de publieksfunctie van musea dominantier is geworden. Kunsthistorisch en wetenschappelijk onderzoek is niet langer de absolute core business. Dat is ook terug te zien in de museumstaf: naast kunsthistorici zijn er ook steeds meer mensen met een financieel-economische achtergrond werkzaam. Musea doen aan marketing, communicatie en fundraising, hebben diensten

voor publiek en educatie, hebben steeds vaker een zakelijk directeur. Kortom, er is meer aandacht voor het publiek (en de financiën). Want publiek is belangrijk en dat heeft – en dat is een mondiale trend – anno nu een grote interesse in het verleden en voor hedendaagse kunst. Om hen te verleiden tot een museumbezoek worden ook steeds meer *events* georganiseerd: debatten, optredende bandjes, toneelvoorstellingen, de Museumn8, logeerpartijtjes voor kinderen. Kortom, musea zijn niet langer saai.

Zo gingen mijn eigen kinderen een jaar of acht geleden met mij naar de Tate Modern in Londen. Daar was in de Turbinehal de installatie ‘Test Site’ tentoongesteld van de Duitse kunstenaar Carsten Höller. Een kunstwerk bestaande uit vijf glijbanen, drie verdiepingen hoog, die ook uitgebreid getest mochten worden. Dat vonden ze maar wat aantrekkelijk (gehuld in een canvas zak roetsjten ze keer op keer door een 58 meter lange koker) en namen verder ‘die Rothko op de koop toe’. Höllers diepere gedachten achter de installatie trouwens ook, al deden ze precies wat de kunstenaar voor ogen stond, net als drie miljoen andere bezoekers: glijden. Voor wie nu vreest dat musea vooral in kermisattracties dreigen te veranderen. Wees gerust: mijn kinderen hebben zich destijds zo goed vermaakt dat ze binnenkort op eigen initiatief naar het Gemeentemuseum Den Haag gaan om het werk van Rothko te bewonderen.

Dit is maar één voorbeeld van de manier waarop musea nieuwe doelgroepen kunnen bereiken. En om die bezoekers te verleiden om op een later tijdstip naar een museum terug te komen. Laagdrempelige initiatieven kunnen voor een verbreding van het publiek zorgen en de collecties toegankelijker maken.

Maar er zijn meer (potentiële) bezoekers. Nederlanders hebben steeds meer versnipperde vrije tijd en eindeloze mogelijkheden waaraan ze die kunnen besteden. Maar de mobiliteit is ook toegenomen, we reizen meer. En als we in Dubai naar een expositie gaan, gaat dat ten koste van onze bestedingen in Nederlandse musea. Verder zijn ook de *baby boomers* in aantocht; ook zij zullen – in een betere gezondheid dan een aantal generaties geleden – ondernemend blijven en hun museumbezoek zal zich vermoedelijk niet beperken tot de Nederlandse musea. Daarnaast zijn zij in toenemende mate vertrouwd geraakt met de mogelijkheden van het digitale tijdperk.

De komende tien jaar zullen de Nederlandse mu-

sea zich nog meer richten op het binnenhalen van publiek. Vooral de grote ‘superstar’-musea zullen daartoe beter in staat zijn (in tegenstelling tot kleine met hun soms minimale begroting) én die in de Randstad, omdat daar de bevolking de komende tijd nog blijft toenemen.

### Bredere toegang tot collecties

Daarnaast zullen musea zich gaan bezighouden met de digitalisering van hun collecties. Dat gebeurt al wel, maar de musea zijn daar vaak nog heel schuchter in of laten het afweten. Op de meeste websites staat hoeveel minuten je moet lopen vanaf het station en welke tentoonstellingen er te zien zijn. Maar uitgebreide informatie over de collectie, behalve een enkel plaatje met een kort verhaal, kom je nauwelijks tegen. Goede museum-apps, onmisbaar in het mobiele tijdperk, zijn nog schaars. Via internet kun je, zo blijkt uit experimenten, meer belangstelling mobiliseren (Geukema et al., 2011). Daarnaast kunnen musea via digitalisering beter inspelen op de toenemende diversiteit van het museumpubliek: van de Facebook-generatie tot ouderen, van nieuwe Nederlanders tot de autochtone bevolking, van lager tot hoger opgeleiden.

Zo zijn om meer kinderen naar het museum te lokken diverse spelletjes op het web ontwikkeld (zie [www.museumkids.nl](http://www.museumkids.nl)). Daarmee kunnen ze onder andere een schatkaart winnen die ze vervolgens in het desbetreffende museum mogen afhalen. Dat soort initiatieven werkt vaak goed. Het is een mooi voorbeeld van hoe musea er door samenwerking in slagen om met relatief beperkte middelen een nieuw publiek te bereiken (Geukema et al., 2011; Notenboom et al., 2014).

Met de complete collectie op internet kun je een virtueel bezoek brengen aan een museum dat vergelijkbaar is met of een volwaardige vervanging is van een écht bezoek, maar dan moet die wel veel beter dan nu worden gepresenteerd. Internet biedt juist de mogelijkheid om nieuwe ervaringen toe te voegen en het verhaal bij de collectie te vertellen. Een digitaal museumbezoek is misschien geen volledige vervanging van een traditioneel museumbezoek, net zo min als een muziekopname een perfect substituuut is voor een live muziekuvoering, maar een digitaal museumbezoek kan het museumbezoek-eigen-persoon stimuleren – óf kannibaliseren. Dat is





Winkel Stedelijk Museum Schiedam. Foto: Frans van Leeuwen

moeilijk te voorspellen. Daar liggen zowel kansen als bedreigingen.

Voorals mens van buiten de Randstad of uit het buitenland die de reis naar een museum te ver vinden of het zich niet kunnen veroorloven, kun je als museum via een digitale beleving aan je binden – als vriend bijvoorbeeld. Misschien raken ze na verloop van tijd zo enthousiast dat ze hun bezwaren opzijzetten of ze willen er toch voor sparen om op bezoek te komen. Dat zullen geen mensen zijn die elk jaar zullen langskomen maar wel één keer in de drie of vijf jaar.

Aan de andere kant komen Aziaten en Oost-Europeaanen nu nog speciaal met vakantie in Nederland (en de rest van Europa) en lopen menig museum af. Zij vormen momenteel een economisch belangrijke groep. We moeten het (in de naweeën van de financiële crisis) echt van hen hebben, zie bijvoorbeeld ook de *restyling* van de Bijenkorf in Amsterdam. Deze bezoekers kunnen in de toekomst in de verleiding komen om een *virtuele* thematentoonstelling te bewonderen, waar ze een interessant en fascinerend verhaal te zien en te horen krijgen. In hun geval gaat dat wellicht ten koste van een ‘echt’ museumbezoek.

-printen. Dat kan de Nederlandse musea helpen om nauwkeurige replica's uit te lenen aan buitenlandse musea – en je naam en collectie bekender te maken. Zeker in Azië heeft het publiek geen probleem met een goede kopie. Bovendien is een 3D-replica een mooi alternatief als een museum niet de mogelijkheden heeft om het origineel te kopen. Al zal het voor de doorgewinterde connaisseur waarschijnlijk geen reden zijn om langs te komen. Een ander voordeel: als het een puntgave, bijna niet van echt te onderscheiden kopie is, hoeft een collectie niet altijd meer te reizen, waarbij altijd het risico bestaat dat een schilderij of beeld beschadigd raakt. Het Smithsonian Institute in Washington maakt al actief gebruik van 3D-scanning en -printing om de toegankelijkheid van de collectie te vergroten (Neely en Langer, 2013).

Daarnaast zouden musea via internet hun hele 3D-assortiment aan een breed publiek kunnen verkopen. Zelfs 's nachts, want er komt een generatie aan die zich niet meer kan voorstellen dat een aankoop nog aan tijd en plaats gebonden is. Die tendens zie je terug bij Bol.com. Op elk uur van de dag kun je daar via de nieuwe media een bestelling plaatsen. Op dit moment stellen musea hun beeldmateriaal op internet gratis beschikbaar. De vraag is of dit een duurzaam businessmodel is als musea grote investeringen moeten doen in een geavanceerde digitale ontsluiting van hun collectie. Dit dwingt tot nadenken over copyrights en eigendomsrechten (Bertachini en Morando, 2011).

### Leer de niet-bezoeker kennen

Economische trends blijven lastig te voorspellen, ook in de museale wereld. Meestal zijn het saldo-effecten: als bijvoorbeeld het loon stijgt en het inkomen toeneemt, zou dat stimulerend kunnen zijn voor het museumbezoek. Maar als de prijs van vrije tijd daarmee ook omhooggaat, willen wellicht meer mensen doorwerken (en meer geld verdienen) dan dat ze van hun vrije tijd genieten. Sommige effecten gaan de goede kant op, maar welke zullen gaan domineren, is moeilijk te zeggen. Dat zie je ook bij het Centraal Planbureau: wanneer de financiële crisis definitief voorbij is, kan niemand exact voorspellen, dat omslagpunt is lastig te bepalen. De enige zekerheid die we nu hebben is dat het economische zwaartepunt naar het Verre Oosten verschuift. Daar zullen musea in hun marketing op moeten inspelen.

‘Er zijn nog zoveel meer interessante data te onttrekken aan dit soort statistisch onderzoek. Daar heeft elk museum profijt van’

### Groter 3D-assortiment

Steeds meer mensen zullen gewend raken aan internet. De trend om met een paar muisklikken in een collectie te grasduinen, zal ongetwijfeld doorzetten. Daar liggen nog geweldige mogelijkheden voor een groeiend publieksbereik, zeker in samenwerking met de creatieve industrie (want het gaat om een geïntegreerde beleving, het moet meer zijn dan alleen plaatjes kijken). Het zal misschien zelfs werk(gelegenheid) opleveren: *disrupting innovation*. Een innovatie die ervoor zorgt dat het zo goedkoop wordt om een technologie in Nederland te ontwikkelen dat het werk weer hier gedaan gaat worden. Dat is een positief effect.

Nog een nieuwe ontwikkeling is het 3D-scannen en



Het is belangrijk om scenario's te maken – waarbij economen zich vaak baseren op modellen en verbanden uit het verleden. Musea moeten dat ook doen (ARUP, 2013). Niets doen is slechter. Vraag je als museum af: hoe ver gaan wij met digitaliseren? En gaan we allemaal afzonderlijk digitaliseringsprojecten beginnen of is hier (met enige financiële ondersteuning van de overheid) een leidende rol weggelegd voor de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed of de Museumvereniging – want als museum leer je liever van elkaar. Bovendien houdt samenwerking de kosten laag. Het is te belangrijk om het alleen aan Google over te laten. Om welke redenen komen bezoekers uit het buitenland juist wel graag bij de Nederlandse musea over de vloer en wat gebeurt er als de wisselkoersen van buitenlandse valuta sterk veranderen ten opzichte van de euro? Wat is de betekenis van 3D-scanning en -printing? Wat kunnen musea met Netflix of Spotify? Over al dit soort vragen zou iedereen zich moeten buigen.

Om ze te kunnen beantwoorden, is het belangrijk dat musea veel meer weten over hun (digitale) bezoekers. En dan vooral over hun huidige niet-bezoekers. Dat zijn mensen die niet van huis uit hebben meegerekend om naar een museum te gaan. Hoe verleid je juist hen tot een bezoek? Of hoe zorg je ervoor dat hun kinderen wél binnenkomen. Vaak zal dat via school moeten gebeuren. Dus hoe zorg je ervoor dat elke schoolklas ten minste één keer een museumbezoek brengt?

### (Big) data verzamelen

Op het gebied van marktonderzoek en big data is door musea nog veel vast te leggen. Zoals Albert Heijn dat doet bijvoorbeeld. Daar wordt via wifi de looproute van de klanten in de supermarkt gevolgd, bij welke schappen ze stoppen en bij welke aanbiedingen ze het langst stil blijven staan. Dat levert uiterst interessante informatie op. Het is goed om te zien dat het Drents Museum in samenwerking met de Rijksuniversiteit Groningen nu een dergelijk onderzoek doet.<sup>3</sup>

Ook zouden de musea de wereld van de nieuwe rijken beter in kaart kunnen brengen. Daar zit het geld. Dat zijn potentiële sponsors. Dat zijn de men-

sen die een voetbalclub kopen of... een museum. (Kijk trouwens voor sponsors ook eens rond bij het midden- en kleinbedrijf in de stad waar het museum staat. Vaak worden zij overgeslagen door de sponsorewervers van musea.)

Bovendien kan het systematisch verzamelen van gegevens over de *eigen* museumbezoekers nog sterk verbeterd worden: welke categorieën bezoekers zijn er te onderscheiden, wie betaalt hoeveel, wie krijgt korting, wie komt met school? In hoeverre is prijsdifferentiatie zinvol? Vervolgens kunnen musea hun informatie met elkaar delen. Met een minuscule ingreep om de energiekosten te laten dalen, zou je een kunstwerk kunnen kopen of speciale belevingen voor het publiek kunnen organiseren. Samenwerken wat statistieken betreft is ten eerste aan te bevelen. *Museana* is een goed initiatief van de branchevereniging, maar op dit moment nog beperkt bruikbaar voor onderzoeksdoeleinden. Er zijn nog zoveel meer interessante data te onttrekken aan dit soort onderzoek. Daar heeft elk museum profijt van. Het zal overigens geen makkelijke stap zijn, want musea moeten ook met elkaar concurreren.

Verder zou het goed zijn als er meer economisch onderzoek naar musea wordt gedaan op de universiteiten. Alleen bij sociale wetenschappen is in het verleden weleens een museaal aspect uitgelicht. Maar een vak als 'cultural economics' bestaat in Nederland nauwelijks (alleen een beetje in Rotterdam) en schenkt traditioneel vooral aandacht aan podiumkunsten en veel minder aan musea en beeldende kunst. Dergelijk onderzoek moet dan wel ondergebracht worden aan een economische faculteit om economen warm te maken voor onderzoek naar de economie van musea. Eveneens mag bij het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap meer aandacht komen voor economisch beleidsonderzoek op het terrein van erfgoed. Economische kennis over de museale wereld is nu vooral aanwezig bij particuliere onderzoeks bureaus en nauwelijks bij de universiteiten.

Bij méér onderzoek zullen méér gegevens over bezoekers en bezoeken ter beschikking komen. Ze zullen vermoedelijk ook meer kunnen vertellen over het belang van musea bij de keuze van bedrijven voor een bepaalde vestgingsplaats. Stijgen de huizenprijzen in de omgeving echt zoveel als het museum een grote publiekstrekker is? Trekken musea ook (internationale) bedrijven met hoogopgeleide werknemers aan die

<sup>3</sup> Zie <http://www.trovatofoundation.org/stichting.html> en <http://www.emerce.nl/nieuws/museum-intelligent>



graag een divers cultureel aanbod om de hoek zien? Helpen musea zoals Eye in Amsterdam daadwerkelijk bij de gebiedsontwikkeling van stadsdeel Noord?

Vragen waarop alleen een gefundeerd antwoord komt als je ze goed en gedegen onderzoekt. Want aan economische impactanalyses waarin musea zich rijk laten rekenen over hun economische baten (inclusief de gebruikelijke dubbeltellingen) hebben we weinig behoefte.

Uitsluitend door het verwerven van meer (wetenschappelijke en empirisch gefundeerde) kennis kunnen musea zich de komende jaren staande houden op de vrijetijdsmarkt. Alleen dan blijft de museale wereld een bloeiende business.

*René Goudriaan is sinds 1 juli 2014 associate partner van SiRM – Strategies in Regulated Markets. Tot die datum was hij partner/directeur van APE. Hij was eerder verbonden aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, de Universiteit Leiden, het Instituut voor Onderzoek van Overheidsuitgaven en het Sociaal en Cultureel Planbureau. In zijn onderzoeks- en advieswerk houdt hij zich vooral bezig met de economische aspecten van cultuur en gezondheidszorg. Voor de Museumvereniging onderzocht hij de afgelopen jaren de mogelijkheden om het museumbezoek door jonge kinderen te stimuleren. In opdracht van het ministerie van OCW bracht hij recent de effecten van de economische crisis in de cultuursector in beeld.*

## Bibliografie

ARUP, *Museums in the Digital Age*, Londen, 2013. ([http://publications.arup.com/Publications/M/Museums\\_in\\_the\\_digital\\_age.aspx](http://publications.arup.com/Publications/M/Museums_in_the_digital_age.aspx))

Bertacchini, E., F. Morando, *The Future of Museums in the Digital Age: New models of access and use of digital collections*, Turijn, Università di Torino, working paper No. 5, 2011.

Blankers, I., R. Goudriaan, N. de Groot, T.P. Everhardt, R. Frierson, G.J. Mazzola, *Effecten van de economische crisis in de cultuursector*, Den Haag (APE), 2012.

Frey, B.S., 'Superstar museums', in: *Journal of Cultural Economics* 22, 1998, vol. 2-3, 113-125.

Frey, B.S., S. Meier, 'The Economics of Museums', in: V.A. Ginsburgh en D. Throsby, *Handbook of the Economics of Arts and Culture*, volume I, Amsterdam, Elsevier, 2006.

Garschagen, O., 'De korte mars naar 10.000 Chinese musea', in: *NRC Handelsblad*, 10 juli 2014.

Geukema, R., A. Notenboom, R. Goudriaan, P. Postma, *Stimulering van museumbezoek door kinderen: Resultaten en verantwoording van de experimenten*, Den Haag/Nieuwegein (APE/PPMC), 2011.

Goudriaan, R., I. Been, K. Visscher, *Musea en plein publique: Vormgeving en effecten van gratis toegang*, Den Haag (APE), 2002.

Johnson, P., B. Thomas, 'The Economics of Museums: A Research Perspective', in: *Journal of Cultural Economics* 22, 1998, vol. 2-3, 75-85.

Marlet, G., J. Poort, C. van Woerkens, *De schat van de stad*, Utrecht, Atlas voor gemeenten, 2011.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en wetenschap, *Cultuur in beeld 2013*, Den Haag, ministerie van Onderwijs, Cultuur en wetenschap, december 2013.

Neely, L., M. Langer, 2013, *Please feel the museum: The emergence of 3D printing*, <http://mw2013.museumsandtheweb.com>

Notenboom, A., R. Goudriaan, P. Postma, *Addendum 2013: Evaluatie van Museumkids.nl*, Den Haag/Nieuwegein (APE/PPMC), 2014.

'Temples of Delight', *The Economist*, Special Report Museums, December, 21th, 2013.

Tweede Kamer, 2001/2002, *Cultuurnota 2001-2004*, 27 432, nr. 38.

# Projectorganisatie

Nationale Kennisagenda voor het Museale Veld

## Opdrachtgever:

mw. drs. D. van Elst, directie Erfgoed en Kunsten,  
ministerie van OCW

## Projectteam:

prof. dr. J.G.A. Bazelmans, hoofd Kennis,  
RCE (projectleider)  
drs. A.H.A.G. Kok, senior onderzoeker, RCE  
(projectsecretaris)  
mw. drs. M. Krabshuis, beleidsmedewerker,  
Museumvereniging  
mw. drs. A.M.S. van Velden, medewerker,  
Museumvereniging  
drs. S.C.G.T. Scholten, directeur UvA Erfgoed  
mw. drs. T. Scholte, senior onderzoeker, RCE  
mw. K.E. te Brake-Baldock, onderzoeker, RCE  
dr. mr. R.M. Verhoogt, senior beleidsmedewerker,  
directie Erfgoed en Kunsten

## Stuurgroep:

drs. A. Berbers, directeur Museumvereniging  
dr. J.B. Spaapen, senior beleidsmedewerker KNAW  
dr. C. Stolwijk, voorzitter Onderzoekschool  
Kunstgeschiedenis  
prof. dr. R.E.O. Ekkart, kwartiermaker Karel van  
Manderinstituut  
mw. drs. A.M. Bos, directeur Geesteswetenschappen  
NWO  
mw. drs. J. van Kersen, senior beleidsmedewerker NWO

## Met medewerking van:

mw. drs. C. Bunnik, Bunnik Beleid en Advies  
mw. drs. L. Macke, medewerker RCE  
C. Esche, directeur Van Abbemuseum  
A. Odding, directeur Rijksmuseum Twenthe  
mw. prof. dr. C.A.M. van Boxtel, UvA  
mw. prof. dr. J.J. Noordegraaf, UvA  
drs. R. Goudriaan, SiRM – Strategies in Regulated  
Markets





