

Matthijs
Beerepoot

Bachelor Eindwerkstuk

Betrokken door brede horizon

De maatschappelijke betrokkenheid van het Boijmans Van Beuningen door middel van verschillende presentatievormen, geplaatst binnen de huidige museologische ontwikkelingen

Betrokken door brede horizon: De maatschappelijke betrokkenheid van het Boijmans Van Beuningen door middel van verschillende presentatievormen, geplaatst binnen de huidige museologische ontwikkelingen

Bachelor Eindwerkstuk Taal- en Cultuurstudies, hoofdrichting Moderne Kunst,
Cultuur en Geschiedenis

Matthijs Beerepoot
3505766

Onderzoekswerkgroep I: Moderne kunst
Docent: dr. Hestia Bavelaar

Inleverdatum: 25 juni 2013

Inhoud

Inleiding	3
Doel van het onderzoek	5
Ontwikkelingen in museumlandschap en museumtheorie.....	6
Geschiedenis van collectiepresentaties en maatschappelijke betrokkenheid tot aan de 21 ^e eeuw	6
Maatschappelijke veranderingen en het huidige museumlandschap	8
Post-critical museology als theoretisch kader	13
Druk vanuit overheid voor maatschappelijke betrokkenheid	15
Casus: Boijmans Van Beuningen	17
Een breed georiënteerd museum	17
Vormen van collectiepresentatie	19
Presentatievormen in theoretisch kader	21
Conclusie	29
Bibliografie	31

Inleiding

*"Wanneer wij er niet in slagen onze opvattingen over het museum fundamenteel te herijken en onze musea beter af te stemmen op de wezenlijke veranderingen die zich onder onze ogen voltrekken in cultuur en samenleving, dan moeten wij ons niet verbazen wanneer het maatschappelijke draagvlak voor de musea - en daarmee de tot dusver betrekkelijk onomstreden politieke steun - over tien tot vijftien jaar blijkt te zijn opgelost."*¹

Dit stelt de voormalige directeur van het Nederlands Openluchtmuseum Jan Vaessen in 1995. Zijn voorspellende woorden zijn uitgekomen: het maatschappelijke draagvlak voor musea lijkt te zijn afgenomen en de overheid bezuinigt fors op de museum- en kunstsector. De politieke steun is sterk afgenomen en daarmee de financiële middelen die de musea in stand houden. Musea hebben bewezen niet genoeg te zijn afgestemd op de maatschappelijke veranderingen en zijn de dupe geworden van veranderende politieke wensen.

Zoals later in dit onderzoek zal worden uitgelegd pleit de overheid voor meer maatschappelijke betrokkenheid van musea om het maatschappelijke draagvlak voor de musea te vergroten. Musea moeten actief streven naar meer publieksbereik en –binding. Om dit te bewerkstelligen zullen musea creatief en doeltreffend gebruik moeten maken van verschillende presentatievormen om hun collectie te laten zien aan het publiek. Naast de collectiepresentatie in het museumgebouw zijn musea ook in staat om door middel van andere presentatievormen hun publiek te bereiken met hun collectie, zoals fysieke presentatievormen buiten het museum en mediale presentatievormen op het internet en op tv. In dit onderzoek zullen aan de hand van de casus museum Boijmans Van Beuningen verschillende presentatievormen aan bod komen.

De verschillende presentatievormen die door musea kunnen worden ingezet om meer maatschappelijke betrokkenheid te bevorderen zijn niet onbesproken. De discussie over de presentatievormen van musea ontstond deels naar aanleiding van de publicatie van *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* in 2004. In deze publicatie wordt ingegaan op de commercialisering en marktwerking van musea en de manier waarop musea amusement inzetten om maatschappelijke betrokkenheid te

¹ J. Vaessen, in: J.E. Bos, *Openbare schatkamers in verandering : musea in Nederland in een tijd van verzelfstandiging en privatisering*, Amsterdam 2001, p. 25.

creëren of publiek te trekken. Een belangrijke vraag in deze discussie is hoe een museum publiek kan trekken maar daarbij wel de hoogwaardige kunst in ere houdt.

Dit onderzoek zal zich richten op de manier waarop presentatievormen worden ingezet voor maatschappelijke betrokkenheid, in het specifiek bij museum Boijmans Van Beuningen. Het Boijmans Van Beuningen houdt zich ondanks de verminderingen in subsidie goed staande: het claimt een eigen dekkingspercentage te hebben van 45 %, dat volgens eigen zeggen één van de hoogsten van het land is. Dit komt mede door de vele randactiviteiten die het museum organiseert, op het gebied van bijvoorbeeld educatie, muziek en amusement. Maar houdt het museum zich niet te veel bezig met ‘lage’ cultuur als het zich wil richten op een groot en divers publiek? Leiden de gebruikte presentatievormen niet tot een verlaging van de kwaliteit van de hoogwaardige collectie? Deze casus zal geplaatst worden in een theoretisch kader van de huidige ontwikkelingen in het museumlandschap. De probleemstelling is als volgt:

Op welke manier zet museum Boijmans Van Beuningen verschillende presentatievormen in om de maatschappelijke betrokkenheid van het museum te vergroten en hoe valt dit te plaatsen in de huidige ontwikkelingen in het museumlandschap?

Doel van het onderzoek

Het doel van het onderzoek uitgevoerd in dit Bachelor Eindwerkstuk is om inzicht te geven in de manier waarop musea – met in het specifiek museum Boijmans Van Beuningen – omgaan met de druk om meer maatschappelijke betrokkenheid te bereiken. Het onderzoek zal ingaan op de manieren waarop het Boijmans Van Beuningen een grotere maatschappelijke betrokkenheid wil creëren, geplaatst in een theoretisch kader van de huidige museologische ontwikkelingen.

Aan de hand van de presentatievormen van het Boijmans Van Beuningen kan een beeld worden gegeven van op welke vlakken een hedendaags kunstmuseum op een juiste manier een groter publiek kan benaderen, of op welke vlakken de collectiepresentatie aan veel kritiek onderhevig is. Dit onderzoek biedt voor kunstmusea de mogelijkheid om deze verschillende presentatievormen in beschouwing te nemen en tot hun voordeel in te zetten binnen en buiten hun museum.

In het hoofdstuk ‘Ontwikkelingen in museumlandschap en museumtheorie’ zal de geschiedenis van collectiepresentaties en de maatschappelijke betrokkenheid van musea worden samengevat. Ook zullen de maatschappelijke veranderingen in het huidige museumlandschap worden beschreven en zal er een theoretisch kader voor dit onderzoek worden gegeven. Als achterliggende oorzaak voor veel koerswijzigingen in het museumbeleid zal worden ingegaan op de druk vanuit de overheid voor maatschappelijke betrokkenheid.

Het hoofdstuk ‘Casus: Boijmans Van Beuningen’ zal ingaan op de manieren waarop het Boijmans Van Beuningen door middel van haar presentatievormen streeft naar meer maatschappelijke betrokkenheid. In dit hoofdstuk wordt begonnen met algemene informatie over het museum, waarna de verschillende vormen van collectiepresentatie worden belicht: de *fysieke presentatie binnen museumdomein*, de *mediale presentatie binnen museumdomein*, de *fysieke presentatie buiten museumdomein* en de *mediale presentatie buiten museumdomein*. Ter afsluiting volgt er een conclusie.

Ontwikkelingen in museumlandschap en museumtheorie

Geschiedenis van collectiepresentaties en maatschappelijke betrokkenheid tot aan de 21^e eeuw

De manier waarop musea hun collectie presenteren en de rol die zij innemen in de maatschappij is in de loop van de geschiedenis vaak veranderd. De oorsprong van 'het museum' is te vinden in de 16^e en 17^e eeuw. Private collecties van verzamelaars werden vaak opengesteld voor publiek, als een soort 'openbare schatkamers'.² Dit leidde ook tot het ontstaan van het eerste museum in Nederland, het Teylers Museum, welke in 1784 is opengesteld voor bezoekers en waarin de authentieke collectiepresentatie nog goed bewaard is gebleven.³

Vanaf de 19^e eeuw ontstaan er steeds meer musea. Een belangrijke ontwikkeling is de verandering van prinselijke collecties in openbare kunstmusea, zoals in Nederland ook gebeurde bij het ontstaan van het Mauritshuis en het Rijksmuseum.⁴ De belangrijkste functie van de musea bleef echter het beheer en behoud van museale objecten, samen met wetenschappelijke studie. Er was nog geen sprake van een publieksgerichte collectiepresentatie. Wel kwam er onder invloed van referendaris Victor de Stuers aan het einde van de 19^e eeuw meer aandacht voor de nationalistische motieven en de mogelijkheid om musea in te zetten om het volk 'op te voeden'.⁵

De passieve openstelling van collecties veranderde pas in de twee helft van de 19^e eeuw en in de 20^e eeuw in een actieve presentatie gericht op het publiek. Hierbij stond een kennisoverdracht of een 'verheffing' van het volk centraal.⁶ Na de Tweede Wereldoorlog ontstond het idee dat het kunst- en cultuurbeleid in dienst moest staan van maatschappelijke verandering en dit leidde ertoe dat de overheid zich actief met musea

² J.E. Bos, *Openbare schatkamers in verandering : musea in Nederland in een tijd van verzelfstandiging en privatisering*, Amsterdam 2001, p. 31.

³ *Teylers museum, geschiedenis en gebouw*

<<http://www.teylersmuseum.eu/index.php?item=101&flact=1&lang=nl>> (22 juni 2013).

⁴ C. Duncan, 'From the princely gallery to the public art museum: The Louvre and the National Gallery', in: D. Boswell en J. Evans (red.), *Representing the Nation: A Reader*, Londen/New York 2007, pp. 319-321.

⁵ J.E. Bos, *Openbare schatkamers in verandering : musea in Nederland in een tijd van verzelfstandiging en privatisering*, Amsterdam 2001, pp. 32-33.

⁶ J.E. Bos, *Openbare schatkamers in verandering : musea in Nederland in een tijd van verzelfstandiging en privatisering*, Amsterdam 2001, pp. 33-35.

ging bemoeien. De publieksfunctie kwam centraal te staan.⁷ De mate waarin dit gebeurde verschilde echter per museum en dus kwamen er “musea die bewust maatschappelijke veranderingen willen beïnvloeden en musea die zich zoveel mogelijk aan de waan van de dag willen onttrekken. Musea met verschillende ambities en takenpakketten zijn naast elkaar blijven bestaan: de diversiteit is groot.”⁸

⁷ J.E. Bos, *Openbare schatkamers in verandering : musea in Nederland in een tijd van verzelfstandiging en privatisering*, Amsterdam 2001, pp. 35-36.

⁸ J.E. Bos, *Openbare schatkamers in verandering : musea in Nederland in een tijd van verzelfstandiging en privatisering*, Amsterdam 2001, p. 37.

Maatschappelijke veranderingen en het huidige museumlandschap

Ook in de 21^e eeuw is het museumlandschap nog aan veel veranderingen onderhevig. Grote maatschappelijke ontwikkelingen zoals de globalisering, de digitalisering, de commercialisering en de democratisering hebben allen invloed op musea.⁹ Deze ontwikkelingen zorgen bijvoorbeeld voor een internationaal perspectief op de collectie, meer aandacht voor (nieuwe) media en publieksbereik en een toegankelijkheid voor een breder publiek.¹⁰

Het belang van de musea om in te spelen op de maatschappelijke veranderingen is groot. Wanneer een museum stil blijft staan in de tijd zal niet meer aan de wensen van het publiek kunnen voldoen en geen bezoekers meer trekken. Bovendien wordt de maatschappelijke draagkracht voor musea kleiner, zoals reeds het geval lijkt te zijn als we kijken naar de forse bezuinigingen in het huidige cultuurbeleid.

Publiek-gerichte musea, marktwerking en anti-elitarisme

Museoloog en erfgoeddeskundige Peter van Mensch ziet binnen de museumwereld een tweedeling van verschillende visies: de object-gerichte musea en de publiek-gerichte musea. Bij de object-gerichte musea draait het volgens Van Mensch om het object. Het object wordt benaderd vanuit een wetenschappelijk of esthetisch perspectief. Het museum is in die zin een ‘bewaarplaats voor waardevolle objecten’ waarbij de zorg voor het erfgoed het doel is. Bij de publiek-gerichte musea gaat het om de sociale functie van het tentoongestelde: de museumcollectie moet iets teweeg brengen bij de bezoekers. Dit noemt Van Mensch ‘empowerment’. Het museum wordt een soort documentatiecentrum dat gericht is op een maatschappelijke verandering. De zorg voor het erfgoed wordt op die manier niet het doel, maar een middel voor empowerment.¹¹

Het perspectief van het publiek-gerichte museum past in het beeld dat cultuurwetenschapper Dos Elshout in 2004 schetst van musea. Hij stelt dat de aandacht

⁹ Raad van Cultuur, *Jaarverslag 2009*, Den Haag 2010, pp. 22-25.

¹⁰ P. den Boer, ‘Geschiedenis, herinnering en lieux de mémoire’, in: R. van der Laarse (red.), *Bezeten van Vroeger*, Amsterdam 2005, p. 42; M. Kõiva, ‘The Contemporary Museum as a Site for Displaying Values’, *Journal of Ethnology and Folkloristics* 1 (2007), pp. 60-61; L. Nys, *De Intrede van het Publiek*, Leuven 2012, p. 180; Raad van Cultuur, *Jaarverslag 2009*, Den Haag 2010, pp. 22-25

¹¹ P. van Mensch, ‘Nieuwe museologie’, in: Rob van der Laarse (red.), *Bezeten van Vroeger*, Amsterdam 2005, pp. 185-188.

van musea overgaat van de aanwezigheid van voorwerpen – zijnde het verzamelen, het wetenschappelijk onderzoek, de conservering en de restauratie van museumobjecten – naar de presentatie daarvan.¹² Volgens Elshout richt het cultuurbeleid van de overheid zich vooral op de participatie van het niet-reguliere publiek en moeten musea om deze reden extra hun best doen om een dergelijke participatie te bewerkstelligen. Hierbij doen ook de marktwerking en marketing hun intrede.¹³

De marktwerking van de musea past binnen de eerder genoemde commercialisering van het museumlandschap. Hierin schuilt volgens sommige wetenschappers echter een gevaar. Een commerciële instelling door musea zou kunnen betekenen dat musea zichzelf gaan zien of gaan gedragen als amusement. Socioloog Olav Velthuis stelt dat wanneer musea zich rekenen tot amusement, ze continu beter zullen moeten dan de concurrentie in andere vormen van amusement. Hiervoor zal het museum zich altijd moeten vernieuwen en zich richten op entertainment en sensatie. Velthuis is echter van mening dat het museum zich beter kan richten op bezinning en inspiratie in plaats van amusement en sensatie, maar daarbij moet het museum wel midden in de samenleving blijven staan.¹⁴ Deskundige op het gebied van collectiepresentaties Marlies van der Riet voegt hier aan toe dat een museum in zo'n geval elke legitimatie van voortbestaan verliest omdat er dan geen sprake meer is van een behoud en presentatie waarvoor het museum is bedoeld.¹⁵

Dat de publiek-gerichte musea door de marktwerking en commercialisering een gevaar lopen constateert ook kunsthistorica Janneke Wesseling. Musea gaan zich hierdoor vaak richten op lage cultuur in plaats van hoge cultuur om op die manier te streven naar meer publieksbinding. Zij noemt dit 'anti-elitarisme': hoge cultuur wordt gezien als elitair en arrogant, dus gaan musea zich richten op de lage en populaire cultuur.¹⁶ Door hun anti-elitarisme en door zich te profileren als entertainment brengen

¹² D. Elshout, 'Hé ja, laten we naar het museum gaan! Wat wil het museumpubliek zien, en hoe krijg je ze binnen?', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 78.

¹³ D. Elshout, 'Hé ja, laten we naar het museum gaan! Wat wil het museumpubliek zien, en hoe krijg je ze binnen?', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 78.

¹⁴ O. Velthuis, 'Kunst moet luchten', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 122.

¹⁵ M. van der Riet, 'De conservator als regisseur. Het museum op zoek naar nieuwe presentatievormen', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 157.

¹⁶ J. Wesseling, 'Een museum moet leven. Een kunstmuseum dient ook plaats te bieden aan levende kunstenaars', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), pp. 10-11.

musea volgens Wesseling hun eigen bestaansrecht en geloofwaardigheid in gevaar.¹⁷ Het ontbreekt musea echter aan een overtuigende eigen visie. Ze volgen vooral de markt en beschouwen kunstenaars vooral als ‘hypes’ die komen en gaan.¹⁸

Betrokkenheid in musea, collectie als verhaal, multi-functional museum

De (maatschappelijke) betrokkenheid van een museum heeft niet alleen te maken met publieksbereik, hoe een museum zich opstelt naar haar omgeving en hoe er wordt ingespeeld op maatschappelijke verandering. Een betrokkenheid van een museum met haar publiek kan ook worden bereikt binnen de muren van het museum door een betrokkenheid tussen de kunstwerken en de bezoeker.¹⁹ Volgens kunsthistoricus en –criticus Jeroen Boomgaard wordt het museum echter juist vaak gezien “als obstakel in het contact tussen kunst en wereld.”²⁰ Boomgaard onderbouwt dit als volgt:

“Terwijl het werk zich wil bemoeien met de werkelijkheid, bestempelt het museum deze poging bij voorbaat tot beeld. (...) Juist omdat het museum de uitverkoren plek is waar willekeurige producten kunnen worden herkend als kunst, kunnen die producten hun kunstfunctie alleen blijven uitoefenen als de gouden lijst van het museum als een halo om ze heen hangt.”²¹

Uit dit citaat blijkt dat Boomgaard het museum ziet als de natuurlijke habitat van kunstwerken. Binnen een andere context zouden deze werken hun kunstfunctie dus niet kunnen uitoefenen. Kunstenaars en kunstmusea doen echter wel pogingen “om te ontsnappen aan inkadering door de museale ruimte” om op die manier te streven naar

¹⁷ J. Wesseling, ‘Een museum moet leven. Een kunstmuseum dient ook plaats te bieden aan levende kunstenaars’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 11.

¹⁸ J. Wesseling, ‘Een museum moet leven. Een kunstmuseum dient ook plaats te bieden aan levende kunstenaars’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 13.

¹⁹ J. Boomgaard, ‘Het podium van de betrokkenheid’, in: H. Aarsman e.a. (red.), *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, pp. 102-104.

²⁰ J. Boomgaard, ‘Het podium van de betrokkenheid’, in: H. Aarsman e.a. (red.), *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, p. 99.

²¹ J. Boomgaard, ‘Het podium van de betrokkenheid’, in: H. Aarsman e.a. (red.), *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, pp. 99-100.

meer betrokkenheid met hun publiek.²² Het streven naar meer betrokkenheid gaat dan volgens Boomgaard wel samen met een aantasting van de ‘parameters van de kunst’, wat wil zeggen dat de grenzen van kunst diffuus worden wanneer pogingen worden gedaan om deze betrokkenheid te bewerkstelligen.²³ Daarnaast wordt bij een poging tot te veel betrokkenheid met het publiek de gelaagdheid van de kunst vaak genegeerd, omdat een verwarring over de betekenis niet meer wordt geaccepteerd.²⁴

De gelaagdheid van kunstwerken blijkt uit het feit dat kunstwerken kunnen worden ingezet om meerdere verhalen te vertellen, afhankelijk van de manier waarop ze worden gepresenteerd aan het publiek. Kunstwerken zijn tenslotte niet alleen aanwezig in een museum voor hun ‘physical manifestation’, maar ook omdat ze deel zijn van een verhaal dat wordt verteld, waarbij de context zorgt voor een betekenis.²⁵ Een object in een museum is altijd ‘geladen’: het heeft een betekenis buiten zichzelf.²⁶ Het is niet juist dat musea statische beheerders zijn van erfgoed, want het museum (en haar publiek) geven telkens weer een nieuwe betekenis aan objecten. Met een collectie kan een verhaal worden verteld aan de bezoekers, dat bij een verandering van de presentatievormen weer een ander verhaal kan opleveren.²⁷ Een kunstmuseum kan volgens Wesseling verhalen vertellen door kunstvoorwerpen van verschillende disciplines door elkaar te tonen. Door bijvoorbeeld een mix te laten zien van schilderkunst, toegepaste kunst, sculpturen en historische voorwerpen worden deze kunstwerken met elkaar in verband gebracht en krijgen ze een betekenis of achterliggend verhaal door hun museale context.²⁸ Het doel van een tentoonstelling is dan om mensen aan te spreken met dit verhaal en “[to] get something out of them”.²⁹

²² J. Boomgaard, ‘Het podium van de betrokkenheid’, in: *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, pp. 99-101.

²³ J. Boomgaard, ‘Het podium van de betrokkenheid’, in: *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, p. 100.

²⁴ J. Boomgaard, ‘Het podium van de betrokkenheid’, in: *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, pp. 106-107.

²⁵ P. Vergo, ‘The Reticent Object’, in: P. Vergo (red.), *The New Museology*, Londen 1989, p. 46.

²⁶ A. de Jong, *Vitrines vol verhalen. Museumcollecties als bron voor cultuurgeschiedenis*, Amsterdam 2010, p. 11.

²⁷ A. de Jong, *Vitrines vol verhalen. Museumcollecties als bron voor cultuurgeschiedenis*, Amsterdam 2010, p. 12.

²⁸ J. Wesseling, ‘Een museum moet leven. Een kunstmuseum dient ook plaats te bieden aan levende kunstenaars’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 13.

²⁹ P. Vergo, ‘The Reticent Object’, in: P. Vergo (red.), *The New Museology*, Londen 1989, p. 46.

Een attractieve collectiepresentatie is volgens de Estse museoloog Mare Kõiva steeds belangrijker aan het worden.³⁰ “One of the ways to make an exposition more attractive is interactive solutions, enabling the visitor to be involved in the exhibition”, stelt Kõiva.³¹ Tijdelijke tentoonstellingen voeren de boventoon omdat zij er voor kunnen zorgen dat het publiek terugkeert naar het museum voor een volgend bezoek.³² Een andere ontwikkeling is de verandering van het ‘mono-cultural museum’ in het ‘multi-functional museum’. In het multi-functional museum staan verschillende soorten tentoonstellingen, presentatievormen en interactiviteit centraal en het museum kan zodoende verschillende functies op zich nemen.³³ De manier waarop het museum haar collectie presenteert en er een betekenis aan toekent is bepalend voor de functie die het museum op zich neemt, zoals:³⁴

- Museum als een schatkamer of bewaarplaats voor waardevolle objecten.
- Museum als een plaats voor wetenschappelijke studie.
- Museum als een plek voor educatie.
- Museum als een verschafter van identiteit of waardescheppende instantie.
- Museum als een instrument voor integratie en beschaving.
- Museum als een bestemming voor een dagje uit.

De historica Susan Legêne stelt dat musea zich meer bewust worden van hun maatschappelijke functie. Musea worden tenslotte bekostigd door gemeenschapsgeld en zij zullen dus meer moeten proberen om deze functie te vervullen.³⁵

³⁰ M. Kõiva, ‘The Contemporary Museum as a Site for Displaying Values’, *Journal of Ethnology and Folkloristics* 1 (2007), p. 52.

³¹ M. Kõiva, ‘The Contemporary Museum as a Site for Displaying Values’, *Journal of Ethnology and Folkloristics* 1 (2007), p. 56.

³² M. Kõiva, ‘The Contemporary Museum as a Site for Displaying Values’, *Journal of Ethnology and Folkloristics* 1 (2007), p. 51.

³³ M. Kõiva, ‘The Contemporary Museum as a Site for Displaying Values’, *Journal of Ethnology and Folkloristics* 1 (2007), pp. 51-52.

³⁴ Voorbeelden afkomstig uit: P. Vergo, ‘Introduction’, in: P. Vergo (red.), *The New Museology*, Londen 1989, pp. 1-3; A. McClellan, *The Art Museum from Boullée to Bilbao*, Londen 2008, p. 1; M. Kõiva, ‘The Contemporary Museum as a Site for Displaying Values’, *Journal of Ethnology and Folkloristics* 1 (2007), pp. 49-50; A. Dewdney, D. Dibosa en V. Walsh, *Post-critical Museology: Theory and Practice in the Art Museum*, Abingdon 2013, p. 28.

³⁵ S. Legêne, ‘Canon van verschil: musea en koloniale cultuur in Nederland’, in: Rob van der Laarse (red.), *Bezeten van Vroeger*, Amsterdam 2005, pp. 144-149.

Post-critical museology als theoretisch kader

De manier waarop musea omgaan met hun collectie en de functie die zij vervult houdt sterk verband met de ontwikkelingen in het wetenschappelijk discours over deze onderwerpen. Op het gebied van museumbeleid en collectiepresentatie heet dit wetenschappelijk discours de ‘museologie’:

“[Museology is] the study of museum, their history and underlying philosophy, the various ways in which they have, in the course of time, been established and developed, their avowed or unspoken aims and policies, their educative or political or social role.”³⁶

Peter Vergo uit in zijn boek *The New Museology* zijn ontevredenheid over wat hij noemt ‘the old museology’. Hij stelt dat het bij de ‘old museology’ gaat om de methoden die musea hanteren in plaats van de doelen van de musea, zonder de museologische benadering van deze methoden te zien als een wetenschappelijke discipline.³⁷ Vergo pleit daarom voor een ‘new museology’, waarbij een herbezinning op de rol van musea in de maatschappij en hun sociale, intellectuele, politieke en educatieve aspiraties centraal zullen staan.³⁸

De veranderingen die Vergo schetst zijn kenmerkend voor de museologie aan het einde van de 20^e eeuw en het begin van de 21^e eeuw. In *A Companion to Museum Studies* (2011) introduceert Sharon Macdonald echter naast de old museology en new museology nog een derde periode: de post-critical museology. Bij de post-critical museology wordt volgens haar de museumtheorie toegepast op de museumpraktijk. Er wordt teruggegaan naar de aandacht van de old museology voor de methoden en praktische verbeteringen, maar dan vanuit een meer theoretische en empirische basis.³⁹

De post-critical museology legt een basis voor een brede en open benadering van zowel de empirische als praktische aanpak van kunstmusea. De productie van kennis door de wetenschap kan leiden tot een reproductie van deze kennis in de

³⁶ P. Vergo, ‘Introduction’, in: P. Vergo (red.), *The New Museology*, Londen 1989, p. 1.

³⁷ P. Vergo, ‘Introduction’, in: P. Vergo (red.), *The New Museology*, Londen 1989, p. 3.

³⁸ P. Vergo, ‘Introduction’, in: P. Vergo (red.), *The New Museology*, Londen 1989, pp. 3-4.

³⁹ S. Macdonald, *A Companion to Museum Studies*, Singapore 2011, p. 6.

museumpraktijk.⁴⁰ In deze scriptie dient de post-critical museology ook als een theoretisch kader door de museumtheorie ook toe te passen op de manier waarop museum Boijmans Van Beuningen door middel van haar presentatiemethoden streeft naar een maatschappelijke betrokkenheid.

⁴⁰ A. Dewdney, D. Dibosa en V. Walsh, *Post-critical Museology: Theory and Practice in the Art Museum*, Abingdon 2013, p. 16.

Druk vanuit overheid voor maatschappelijke betrokkenheid

“Het kabinet staat voor een omslag in het cultuurbeleid”, stelt de beleidsnota ‘Meer dan kwaliteit: een nieuwe visie op cultuurbeleid’ over het cultuurbeleid van de overheid in 2011.⁴¹ Het duidt op een koerswijziging in de manier waarop de overheid omgaat met kunst en cultuur. Voorheen werd het cultuurbeleid gebaseerd op de meningen van kenners, die vooral pleitten voor een investering in een vernieuwend culturaanbod dat financieel wordt ondersteund en bevorderd door de overheid. Door maatschappelijke ontwikkelingen zoals de individualisering en keuzevrijheid is de draagkracht voor deze manier van overheidsbemoeienis in de cultuursector afgenomen en wordt er momenteel voor 200 miljoen euro bezuinigd op de culturele instellingen en de culturele basisinfrastructuur.⁴²

De bezuinigingen op de cultuursector worden door de overheid verantwoord door te stellen dat er te weinig aandacht is voor het publiek en ondernemerschap. “Culturele instellingen moeten minder afhankelijk worden van de overheid en daardoor flexibeler en krachtiger worden.”⁴³ Deze financiële onafhankelijkheid van de overheid heeft als doel dat de cultuursector zich door ondernemerschap meer gaat richten op het publiek. Marktwerking en marketing zullen hierbij een grotere rol gaan spelen om publiek te trekken voor de cultuuruitingen.⁴⁴ Het cultureel ondernemerschap is dan ook één van de speerpunten van het cultuurbeleid voor de jaren 2013-2016: “instellingen versterken hun band met (mogelijke) financiers, boren andere inkomstenbronnen aan en zoeken nieuwe markten. Op die manier vergroten zij hun inkomsten. De instellingen krijgen hierbij ondersteuning van het Rijk.”⁴⁵ De overheid moedigt de cultuursector aan om los van subsidiëring en ondersteuning door de overheid zichzelf in stand te houden.

Een koerswijziging in het cultuurbeleid van de overheid zorgt vanzelfsprekend ook voor veranderingen in het museumlandschap. Een stimulering van het

⁴¹ Ministerie Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, *Beleidsnota ‘Meer dan kwaliteit, een nieuwe visie op cultuurbeleid*, Den Haag 2011, p. 2.

⁴² Ministerie Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, *Beleidsnota ‘Meer dan kwaliteit, een nieuwe visie op cultuurbeleid*, Den Haag 2011, p. 2.

⁴³ Ministerie Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, *Beleidsnota ‘Meer dan kwaliteit, een nieuwe visie op cultuurbeleid*, Den Haag 2011, p. 2.

⁴⁴ D. Elshout, ‘Hé ja, laten we naar het museum gaan! Wat wil het museumpubliek zien, en hoe krijg je ze binnen?’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 78.

⁴⁵ *Rijksoverheid, kunst- en cultuurbeleid*, <<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kunst-en-cultuur/kunst-en-cultuurbeleid>> (22 juni 2013).

ondernemerschap maakt hier een belangrijk deel van uit, maar de overheid richt zich ook op een verbetering van het publieksbereik en de publieksbinding en een bevordering van participatie en educatie.⁴⁶ De komende jaren gaat het publieksbereik een grotere rol spelen bij de uitkering van subsidies. Bij deze toekenning van financiële ondersteuning door de overheid is het “van belang dat instellingen een breed samengesteld publiek bereiken: breed in achtergrond, interesse, leeftijd en opleiding.”⁴⁷ De Raad van Cultuur roept om die reden op tot het exploreren van nieuwe potentiële doelgroepen door culturele instellingen, zoals doelgroepen met een verschillende achtergrond, leeftijd of opleiding.⁴⁸

Volgens de beleidsnota voor cultuurbeleid van de overheid worden culturele instellingen die behoren tot de internationale top en met een collectie van (inter)nationale betekenis zoveel mogelijk ontzien in de bezuinigingen.⁴⁹ Het lijkt echter dat dit een streven is dat in de praktijk niet wordt toegepast in de subsidiëring van de toonaangevende musea in Nederland, want ook zij ontkomen niet aan de vermindering van de financiële steun vanuit de overheid.⁵⁰ De Nederlandse musea zullen zich door het tekort aan financiële steun van de overheid meer moeten gaan richten op ondernemerschap en publieksbereik en –binding.

⁴⁶ Raad van Cultuur, *Slagen in Cultuur*, Den Haag 2012, pp. 15-19.

⁴⁷ Ministerie Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, *Beleidsnota ‘Meer dan kwaliteit, een nieuwe visie op cultuurbeleid*, Den Haag 2011, p. 11.

⁴⁸ Raad van Cultuur, *Slagen in Cultuur*, Den Haag 2012, p. 16.

⁴⁹ Ministerie Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, *Beleidsnota ‘Meer dan kwaliteit, een nieuwe visie op cultuurbeleid*, Den Haag 2011, pp. 3, 4.

⁵⁰ Boijmans Van Beuningen, *Jaarverslag 2012*, Rotterdam 2013, p. 4.

Casus: Boijmans Van Beuningen

Een breed georiënteerd museum

De geschetste veranderingen in het museumbeleid, in de museumtheorie en in de politiek zullen in dit tweede deel van deze scriptie worden toegepast op het museum Boijmans Van Beuningen in Rotterdam. Op deze manier zal een overzicht worden gegeven van op welke manier museum Boijmans Van Beuningen streeft naar meer maatschappelijke betrokkenheid en welke presentatievormen het museum daar voor gebruikt. Vervolgens zal het museum een plek krijgen in het theoretisch kader en de huidige museologische ontwikkelingen op het gebied van maatschappelijke betrokkenheid en de manier waarop musea daarop inspelen met behulp van de wijze waarop zij hun collectie presenteren.

Korte geschiedenis Boijmans Van Beuningen

De oorsprong van het museum Boijmans Van Beuningen ligt in het jaar 1849. In dit jaar liet de jurist en verzamelaar Frans Jacob Otto Boijmans zijn collectie na aan de stad Rotterdam. In 1935 wordt met de collectie een nieuw museumgebouw betrokken, ontworpen door architect Ad van der Steur. Enkele decennia later, in 1958, komt hier de collectie bij van een andere verzamelaar, namelijk die van de havenbaron Daniël George van Beuningen. De collectie betreft nu zowel oude meesters als Bruegel en Rembrandt als moderne en eigentijdse kunst van onder andere Dalí, Magritte en Koons. Het museum beschikt niet alleen over beeldende kunst maar ook bijvoorbeeld over beelden en design, waaronder meubels van Rietveld en hedendaags Dutch Design. Ook de prenten en tekeningen vormen een belangrijk deel van de museumcollectie.⁵¹

Doelstellingen maatschappelijke betrokkenheid

De doelstellingen van het museum Boijmans Van Beuningen met betrekking tot maatschappelijke betrokkenheid staan in de ‘missie’ als volgt beschreven: “Met zijn collectie, presentaties en via educatie wil het museum een gevarieerd publiek bereiken:

⁵¹ *Boijmans Van Beuningen, over het museum*, <<http://www.boijmans.nl/nl/374/over-het-museum>> (10 juni 2013).

van jong tot oud; van laag tot hoog opgeleid; lokaal, nationaal en internationaal. (...) Spraakmakende tentoonstellingen, verbazingwekkende aanwinsten, een rijk educatief programma hebben tot doel iedereen te raken, te ontroeren, te verrijken en te inspireren.”⁵²

Uit deze missie van het museum blijkt dat het museum zich wil richten op een zeer breed publiek van alle soorten mensen. Zo is het museum er trots op dat “het museum gonst van de kinderen en van de jeugd.”⁵³ Ook legt het de nadruk op het publieksbereik van het museum via het internet.⁵⁴ Het museum is zowel gericht op publieksbereik als op publieksbinding. In 2012 was 20% van de bezoekers voor het eerst in het museum, en van het totaal aantal bezoekers dat jaar gaf 97% aan waarschijnlijk tot zeker nog eens in het museum terug te komen.⁵⁵

⁵² *Boijmans Van Beuningen, missie van het museum*, <<http://www.boijmans.nl/nl/365/missie-van-het-museum>> (10 juni 2013).

⁵³ Boijmans Van Beuningen, *Jaarverslag 2012*, Rotterdam 2013, p. 4.

⁵⁴ Boijmans Van Beuningen, *Jaarverslag 2012*, Rotterdam 2013, p. 4.

⁵⁵ Boijmans Van Beuningen, *Jaarverslag 2012*, Rotterdam 2013, p. 72.

Vormen van collectiepresentatie

Het Boijmans Van Beuningen hanteert verschillende presentatievormen bij het presenteren van haar collectie. Dit gebeurt zowel binnen als buiten de museummuren, zowel in fysieke als digitale vorm, zowel op papier als in de media en zowel op educatieve als op entertainende wijze. In de behandeling van de presentatievormen die het Boijmans Van Beuningen hanteert om een maatschappelijke betrokkenheid te bevorderen in dit onderzoek kunnen onmogelijk alle projecten, activiteiten en samenwerkingsverbanden van het Boijmans Van Beuningen worden uitgelicht. Alleen al in het jaarverslag van het afgelopen jaar (2012) worden meer dan 30 projecten en activiteiten genoemd.⁵⁶

Vanwege het grote aantal projecten en activiteiten is het noodzakelijk om een selectie te maken van een aantal presentatievormen die een goede representatie geven van de verschillende manieren waarop het Boijmans Van Beuningen haar collectie presenteert. Deze selectie van presentatievormen zal worden gemaakt op basis van een indeling in categorieën van de manieren waarop de collectie door het Boijmans Van Beuningen wordt gepresenteerd. Dit gebeurt ten eerste door een onderscheid te maken tussen presentatievormen die fysiek ofwel mediaal zijn. De fysieke presentatievormen zijn alle vormen van presentatie die tastbaar zijn, zoals de collectie zelf of fysieke activiteiten binnen of buiten het museum. Mediale presentatievormen zijn de uitingen van de collectie in de visuele media, zoals het internet, film of tv.

Ten tweede zal deze indeling zich baseren op het zich wel of niet afspelen van de presentatievorm binnen het ‘museumdomein’, waarbij het museumdomein staat voor het afgegrensde gebied dat eigendom is van het museum. Dit kan zowel gelden voor het grondgebied van het museum als voor het internetdomein van museum Boijmans Van Beuningen.

⁵⁶ Boijmans Van Beuningen, *Jaarverslag 2012*, Rotterdam 2013, pp. 7-19.

Dit levert de volgende schematische indeling op:

	Binnen museumdomein	Buiten museumdomein
Fysieke presentatie	<i>Fysieke presentatie binnen museumdomein</i>	<i>Fysieke presentatie buiten museumdomein</i>
Mediale presentatie	<i>Mediale presentatie binnen museumdomein</i>	<i>Mediale presentatie buiten museumdomein</i>

Fig. 1: schematische indeling van presentatievormen gehanteerd door museum Boijmans Van Beuningen.

In de bovenstaande indeling staan de vier categorieën waarvan een representatie zal worden gegeven van de manier waarop het Boijmans Van Beuningen, door middel van de presentatievormen binnen deze categorieën, streeft naar meer maatschappelijke betrokkenheid. Per categorie zullen één of meerdere voorbeelden worden gegeven van een activiteit of project waarin deze presentatievorm wordt toegepast.

Presentatievormen in theoretisch kader

Fysieke presentatie binnen museumdomein

Zoals bij elk normaal museum gebruikelijk is wordt de collectie in fysieke vorm gepresenteerd binnen de museummuren. Deze fysieke vorm is vanzelfsprekend de belangrijkste manier van collectiepresentatie van het museum. Toch hoeft er niet bij elk museum een fysieke presentatie binnen het museumdomein aanwezig te zijn. Vooraanstaand internetstrateg bij de International Council of Museums Cary Karp stelt dat ook een ‘virtueel museum’ tot de verschillende soorten musea moet worden gerekend. Een virtueel museum is een museum dat zonder fysieke collectie een virtuele museale collectie presenteert op internet.⁵⁷ Dit is waarin de fysieke presentatie zich onderscheidt van de mediale presentatie: de fysieke presentatievorm is tastbaar, zoals de collectie in het museum en de activiteiten van het museum.

De eigen collectie van het Boijmans Van Beuningen bestaat uit oude, moderne en hedendaagse kunst. Hieronder vallen onder andere schilderijen, prenten en tekeningen, sculpturen en design. De collectie is verdeeld over verschillende vleugels in het museumgebouw. In deze vleugels is de kunstcollectie ingedeeld in periodes waarbij, mits de route wordt gevolgd, het publiek de collectie kan bekijken in een chronologische volgorde. De vleugels zijn ingedeeld in de periodes 15^{de}-17^{de} eeuw, 18^e eeuw-1945, toegepaste kunst en design en twee afdelingen waar ruimte is voor tentoonstellingen.⁵⁸ Met de veelzijdige collectie van het Boijmans Van Beuningen geeft het museum een goed overzicht van de kunst vanaf de 15^{de} eeuw tot nu. Het biedt de mogelijkheid tot het volgen van een soort reis door de tijd waarbij het museum het verhaal vertelt van de afgelopen eeuwen kunstgeschiedenis.

De collectie vormt dus een onderdeel van het vertelde verhaal in het museum. De presentatie in de vorm van een chronologisch overzicht van verschillende kunstgenres heeft invloed op de manier waarop het verhaal door de bezoeker wordt ‘gelezen’. De museale presentatie bevat niet alleen voorwerpen, “maar ook de verhalen die betekenis geven aan deze voorwerpen.”⁵⁹ Zoals gezegd kan dit verhaal veranderen

⁵⁷ C. Karp, ‘Digital heritage in digital museums’, *Museum International* 56 (2004), pp. 45-47.

⁵⁸ *Boijmans Van Beuningen, plattegrond*,

<http://www.boijmans.nl/upload/File/press/Folder_plattegrond.PDF> (22 juni 2013).

⁵⁹ A. de Jong, *Vitrines vol verhalen. Museumcollecties als bron voor cultuurgeschiedenis*, Amsterdam 2010, p. 12.

door een verandering in de manier waarop het kunstvoorwerp wordt gepresenteerd. Het verhaal wordt gedragen door de voorwerpen, maar de betekenis die aan het voorwerp wordt toegekend is afhankelijk van iedere afzonderlijke bezoeker en van de presentatievormen van het museum.

Dit geldt bijvoorbeeld ook voor het werk *La maison du pêcheur, Varengeville* van Claude Monet in zaal van de Impressionisten in het Boijmans Van Beuningen, te zien in figuur 2.⁶⁰ De manier waarop er aan dit schilderij betekenis wordt gegeven ligt aan de persoonlijke ervaringen van de bezoeker, de kennis van het publiek over Monet of het Impressionisme, de context waarin er naar het schilderij gekeken wordt, et cetera. Ook de museale presentatie van het Boijmans Van Beuningen is van belang bij de betekenisgeving. Door een juiste inrichting van de collectie is het mogelijk om voorwerpen elkaars verhaal te laten vertellen.⁶¹ Zo staat er dichtbij *La maison du pêcheur, Varengeville* van Monet een beeldje van Edgar Degas: *Petite danseuse de quatorze ans*, zie figuur 3.⁶² Dit beeldje laat zien hoe het Impressionisme niet alleen bestond in de schilderkunst, maar ook in andere kunstvormen. Het beeldje krijgt een ander verhaal of andere betekenis door het feit dat het in een zaal staat met alleen maar schilderijen.



Fig. 2: *La maison du pêcheur, Varengeville* (1882) van Claude Monet. Olieverf op doek, hier weergegeven in zwart-wit.



Fig. 3: *Petite danseuse de quatorze ans* (1880-1881/1922) van Edgar Degas. Afgietsel in brons (1922).

⁶⁰ Boijmans Van Beuningen, collectie, <[http://collectie.boijmans.nl/nl/work/1544%20\(MK\)](http://collectie.boijmans.nl/nl/work/1544%20(MK))> (23 juni 2013).

⁶¹ M. van der Riet, 'De conservator als regisseur. Het museum op zoek naar nieuwe presentatievormen', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 157.

⁶² Boijmans Van Beuningen, collectie, <[http://collectie.boijmans.nl/nl/work/BEK%201239%20\(MK\)](http://collectie.boijmans.nl/nl/work/BEK%201239%20(MK))> (23 juni 2013).

Van de museumbezoekers van de 21^e eeuw is bekend dat zij in een “wereld vol sfeervolle visuele verleidingen [...] uitermate goed in staat zijn om hieruit de informatie te halen waarnaar zij op zoek zijn.”⁶³ Julian Spalding pleit daarom voor een ‘poëtische presentatie’, erop gericht om de bezoeker meer mee te geven dan alleen het museumobject en het bijbehorende informatiebordje.⁶⁴ Om dit te bereiken kan de collectie zo breed mogelijk worden gepresenteerd, vergezeld van visuele, auditieve of literaire toevoegingen. Een dergelijke poëtische presentatie vindt in een beperkte mate ook in het Boijmans Van Beuningen plaats, door bijvoorbeeld de combinatie van Impressionistische schilderijen met het beeldje van Degas. Echter blijft deze manier van presenteren in het Boijmans Van Beuningen zeer beperkt. Zo wordt de vermeende inspiratiebron van Kandinsky niet benadrukt door muziek van Schönberg te draaien in de museumzaal en komt de invloed van fotografie op de schilderkunst niet aan de orde door een foto-expositie naast de eind-19^e eeuwse schilderijen. Het Boijmans Van Beuningen hanteert een hoogwaardige collectiepresentatie waarbij de gelaagdheid van de kunstwerken aanwezig blijft doordat de betekenis of het verhaal achter de kunstwerken niet al door de collectiepresentatie binnen het museum wordt uitgeplozen. Een poëtische presentatie of een voorgenomen betekenisgeving door het museum blijft dus beperkt zodat de angst die Jeroen Boomgaard uitte wordt vermeden: de betekenis van de kunstwerken wordt niet door het museum in de mond gelegd waardoor de gelaagdheid in de kunst aanwezig blijft.⁶⁵

Mediale presentatie binnen museumdomein

Het Boijmans Van Beuningen zet ook visuele media in om maatschappelijke betrokkenheid te creëren. De visuele media in het museumgebouw zijn vooral deel van kunstinstallaties en maken dus geen deel uit van de aan de hand van het museumbeleid gekozen presentatievormen. Het gaat bij de mediale presentatievormen binnen het

⁶³ M. van der Riet, ‘De conservator als regisseur. Het museum op zoek naar nieuwe presentatievormen’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 157.

⁶⁴ M. van der Riet, ‘De conservator als regisseur. Het museum op zoek naar nieuwe presentatievormen’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 157.

⁶⁵ J. Boomgaard, ‘Het podium van de betrokkenheid’, in: H. Aarsman e.a. (red.), *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, pp. 106-107.

museumdomein vooral om de visuele media die worden gebruikt op het internetdomein van het Boijmans Van Beuningen.⁶⁶

Een museum dat met de tijd mee gaat en zich wil handhaven in een periode van digitalisering kan niet zonder internet. Op de website van het Boijmans Van Beuningen wordt gebruik gemaakt van verschillende visuele media, zoals beeldmateriaal en filmpjes. Diverse filmpjes over de kunstcollectie zijn te vinden op ARTtube, het videokanaal van het museum.⁶⁷ Ook is een deel van de collectie van schilderijen, tekeningen en prenten gedigitaliseerd en te vinden op de website in de ‘collectie online’.⁶⁸

Internetstrateeg Cary Karp stelt dat musea in internet een potentieel zien als een middel om een nieuw publiek naar het museum te trekken.⁶⁹ Karp gaat ervan uit dat digitale media een steeds belangrijkere rol gaan spelen voor musea.⁷⁰ Hier moet wel onderscheid gemaakt worden tussen creativiteit die zijn oorsprong vindt in de digitale media en ‘digitalisatie’, omdat het bij digitalisatie slechts gaat om het maken van een digitale representatie van een fysiek museumobject. Zowel van een digitalisatie van de collectie als van creativiteit dat is ontstaan aan de hand van digitale media is bij het Boijmans Van Beuningen sprake, in de vorm van respectievelijk de collectie online en ARTtube. Een voordeel van een mediale collectiepresentatie binnen het internetdomein is dat deze een ‘anywhere-anytime availability’ hebben: zij zijn altijd en overal toegankelijk.⁷¹

Fysieke presentatie buiten museumdomein

De collectie van het Boijmans Van Beuningen treedt niet vaak buiten de museummuren. Uitzonderingen hierop zijn natuurlijk de kunstwerken die worden verhuurd aan andere musea en daar worden gepresenteerd, maar deze manier van fysieke collectiepresentatie is op dat moment buiten het beheer van het Rotterdamse museum. Een manier waarop het museum wel een collectie presenteert buiten het museumdomein zijn de exposities in de Onderzeebootloods.

⁶⁶ *Boijmans Van Beuningen*, <<http://www.boijmans.nl/nl/>> (24 juni 2013).

⁶⁷ *ARTtube*, <<http://www.arttube.nl/nl/>> (24 juni 2013).

⁶⁸ *Boijmans Van Beuningen, collectie online*, <<http://collectie.boijmans.nl/nl/>> (24 juni 2013).

⁶⁹ C. Karp, ‘Digital heritage in digital museums’, *Museum International* 56 (2004), pp. 45-47.

⁷⁰ C. Karp, ‘Digital heritage in digital museums’, *Museum International* 56 (2004), p. 45.

⁷¹ C. Karp, ‘Digital heritage in digital museums’, *Museum International* 56 (2004), p. 50.

De Onderzeebootloods is een oude loods in het Rotterdamse havengebied die lange tijd ongebruikt bleef. Door een samenwerking tussen museum Boijmans Van Beuningen en de Rotterdamsche Droogdok Maatschappij is het idee ontstaan om de loods te gebruiken als expositieruimte voor het museum. Gedurende vijf jaar komt er in de Onderzeebootloods elke zomer een installatie van een bekende kunstenaar die speciaal voor deze locatie is gemaakt.⁷²

Door de samenwerking met het Rotterdamse havengebied komt het Boijmans Van Beuningen tegemoet aan de wens om publiek betrokken te laten raken met de Rotterdamse haven: “De Onderzeebootloods is een van de initiatieven van het Havenbedrijf Rotterdam om een breed publiek in contact te brengen met de haven en om de kwaliteit en beleving van het havengebied te versterken.”⁷³ Dit streven lijkt in eerste instantie niet zozeer van groot belang voor het museum, maar toch moet het belang van deze samenwerking voor het Boijmans Van Beuningen niet worden onderschat. Door de samenwerking is het museum niet alleen zelf betrokken bij het Rotterdamse havengebied, het zorgt er ook voor dat het museumpubliek betrokken raakt bij het havengebied. Het museum vervult daarmee een functie buiten zichzelf: de betrokkenheid van publiek bij het Rotterdamse havengebied heeft buiten de Onderzeebootloods tenslotte niks met kunst te maken. Het is echter wél een bevordering van maatschappelijke betrokkenheid in het havengebied waar het museum sterk aan bijdraagt. Wanneer er een subsidietoetsing plaatsvindt zal deze manier van maatschappelijke betrokkenheid van het museum zeker bijdragen aan een positieve uitkomst.

Mediale presentatie buiten museumdomein

Naast een mediale presentatie op het internetdomein van het Boijmans Van Beuningen presenteert het museum haar collectie ook in de media buiten de website. Net als een fysieke collectiepresentatie buiten de museummuren is een mediale presentatie buiten het museumdomein niet een presentatievorm die per definitie eigen is aan elk museum. Het Boijmans Van Beuningen onderscheidt zich hiermee van verschillende andere

⁷² *Boijmans Van Beuningen, Onderzeebootloods*,
<<http://www.boijmans.nl/nl/7/kalender/calendaritem/1283/onderzeebootloods>> (24 juni 2013).

⁷³ *Boijmans Van Beuningen, Onderzeebootloods*,
<<http://www.boijmans.nl/nl/7/kalender/calendaritem/1283/onderzeebootloods>> (24 juni 2013).

musea en het bereikt maatschappelijke betrokkenheid op een originele en doeltreffende wijze.

De mediale presentatie buiten het museumdomein gebeurt bij het Boijmans Van Beuningen in de vorm van een tv-programma, genaamd Boijmans TV. Boijmans TV wordt uitgezonden op RTV Rijnmond. In 2012 is begonnen aan de productie van seizoen 2, dat wordt uitgezonden vanaf januari 2013 en elke aflevering rond de 150.000 kijkers trekt. Sinds 2013 heeft het programma een crossmediale aanpak: de hoofdrolspelers van het programma worden ook geïntegreerd in verschillende mediale functies binnen het internetdomein.⁷⁴

Het tv-programma presenteert op een komische en informatieve wijze de collectie van het museum. De hoofdrolspelers zijn een receptiemedewerker, een rondleidster en een beveiligder, die elk op hun manier in contact komen met de collectie. Zo licht de rondleidster op een informatieve en educatieve wijze haar groep in over de kunstwerken en komen de beveiligder en de receptiemedewerker regelmatig op een meer komische manier in aanraking met de kunstwerken of kunstenaars. Elke aflevering heeft een eigen thema waar alle kunstwerken, kunstenaars of ontmoetingen mee verband houden.⁷⁵

De uitzendingen van Boijmans TV op RTV Rijnmond zijn bedoeld om een groter publiek betrokken te krijgen bij het museum, maar ook om een breder publiek te trekken. Aan de hand van de serie wil het Boijmans Van Beuningen door grappen en een licht verteerbare inhoud zich onder andere richten op een jong publiek. Hier valt echter wel kritiek op te leveren. Zo stelt Olav Velthuis dat de ‘museumsoap’ een mislukte poging is om jong publiek te trekken, omdat het museum zichzelf hiermee presenteert als amusement. Wanneer een museum dit doet zal het altijd ‘nieuw’ moeten zijn en beter dan de concurrerende entertainmentindustrieën. Het museum zou zich meer moeten richten op de functies waarvoor het is bedoeld.⁷⁶

Bij dit argument van Velthuis is een nuancering echter op zijn plaats. Het Boijmans Van Beuningen wil het publiek door middel van Boijmans TV namelijk meer meegeven dan alleen het ‘object en bijschrift bekijken’, maar geeft een soort van

⁷⁴ Boijmans Van Beuningen, *Jaarverslag 2012*, Rotterdam 2013, p. 16.

⁷⁵ ARTtube, <<http://www.arttube.nl/nl/>> (24 juni 2013).

⁷⁶ O. Velthuis, ‘Kunst moet luchten’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 122.

‘poëtische presentatie’ van haar collectie.⁷⁷ Daarnaast toont het programma aan dat er met de collectie steeds een ander verhaal verteld kan worden door op een andere manier naar een kunstwerk te kijken, door een ander thema centraal te laten staan, of door een andere groep mensen langs het kunstwerk rond te leiden. Zowel de context van het kunstwerk in het museum als de bezoeker zelf bepalen welke betekenis of verhaal het kunstwerk krijgt.⁷⁸

Marlies van der Riet constateert dat steeds vaker de niet-authentieke voorwerpen in een museum de drager van het verhaal zijn geworden.⁷⁹ Dit lijkt buiten het museumdomein ook te gelden voor Boijmans TV, omdat de verhaaldragers hierin de hoofdrolspelers, de rondleidingen en de kunstenaars zijn. De kunstwerken zijn slechts één onderdeel van de serie en fungeren soms slechts als decor. Het verhaal om het kunstwerk heen wordt belangrijker dan het werk zelf. Van der Riet stelt dat “De zoektocht naar ‘beleving’ lijkt te zijn gestrand in overkill, in te veel ruis van andere zaken – of decors – die de ‘kleine’ sensatie overschreeuwen.”⁸⁰ Vanuit dit perspectief lijkt Boijmans TV dus beter te kunnen worden opgevat als een tv-serie waarin het draait om ‘sensatie’, dan dat het draait om ‘beleving’ van de kunstwerken.

Boijmans TV blijft een vorm van vermaak en entertainment, dat kan worden afgekeurd omdat de beleving van het kunstwerk in deze serie niet centraal staat. De serie onderbouwt het standpunt van Jeroen Boomgaard over dat het museum(gebouw) gezien kan worden als een ‘obstakel’ in het contact tussen de kunst en haar publiek.⁸¹ De serie doet voorkomen dat voor een jong publiek de kunstwerken op zichzelf niet genoeg zijn, maar dat er een informatieve uitleg of een ludieke wijze van presenteren nodig is om hun interesse voor de kunst te wekken. De inkadering in de museale ruimte wordt zodoende omzeild, zodat er meer betrokkenheid met het publiek kan ontstaan.⁸² Een dergelijke presentatievorm als Boijmans TV moet er voor oppassen dat de gelaagdheid van de kunstwerken aanwezig blijft; te veel uitleg en expliciete

⁷⁷ M. van der Riet, ‘De conservator als regisseur. Het museum op zoek naar nieuwe presentatievormen’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 157.

⁷⁸ A. de Jong, *Vitrines vol verhalen. Museumcollecties als bron voor cultuurgeschiedenis*, Amsterdam 2010, p. 12.

⁷⁹ M. van der Riet, ‘De conservator als regisseur. Het museum op zoek naar nieuwe presentatievormen’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 159.

⁸⁰ M. van der Riet, ‘De conservator als regisseur. Het museum op zoek naar nieuwe presentatievormen’, in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 159.

⁸¹ J. Boomgaard, ‘Het podium van de betrokkenheid’, in: H. Aarsman e.a. (red.), *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, p. 99.

⁸² J. Boomgaard, ‘Het podium van de betrokkenheid’, in: H. Aarsman e.a. (red.), *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, pp. 99-101.

betekenisgeving aan kunstwerken negeert de complexiteit van kunst en laat geen mogelijkheid tot een subjectieve interpretatie van de verschillende betekenislagen.

Conclusie

In dit onderzoek is vanuit de post-critical museology de museumtheorie toegepast op de methoden en praktijken van het museum. Het is gebleken hoe het Boijmans Van Beuningen door middel van verschillende presentatievormen de maatschappelijke betrokkenheid van het museum probeert te vergroten: door zowel een fysieke als mediale collectiepresentatie binnen en buiten het museumdomein.

Kenmerkend voor het Boijmans Van Beuningen is dat de presentatie een brede horizon heeft. Het museum hanteert veel verschillende presentatievormen die zich richten op een breed en gevarieerd publiek en met haar brede takenpakket valt zij onder de noemer ‘multi-functional museum’. Daarnaast valt het museum ook op doordat het onderscheidend en doeltreffend is in haar collectiepresentatie. Onderscheidend, omdat zij buiten de grenzen van haar museumdomein treedt bij het presenteren van de museumcollectie. Doeltreffend, omdat het museum zich door haar presentatievormen haar doelstellingen houdt en een breed en gevarieerd publiek bereikt.

Huidige ontwikkelingen zoals de digitalisering en commercialisering zijn goed merkbaar in het museum. Op de website van het Boijmans Van Beuningen is zowel sprake van digitalisering als van creativiteit die ontspringt uit digitale media. De commercialisering uit zich onder druk van de wensen van de overheid en subsidievermindering in een meer commerciële en ondernemende instelling. De publiek-gerichte houding van het museum zorgt soms voor een anti-elitistische benadering en een neiging tot amusement, omdat het museumgebouw soms een obstakel lijkt te zijn tussen de kunst en het publiek. Buiten het museumdomein kan deze houding zorgen voor een betrokkenheid door een aantasting van de parameters van de kunst en het negeren van de gelaagdheid van kunstwerken, hetgeen door critici niet beschouwd wordt als een positieve eigenschap van het Boijmans Van Beuningen.

De fysieke collectiepresentatie in zowel het museum als in de Onderzeebootloods blijven van een hoogwaardige kwaliteit. Een afwisselende presentatie van verschillende kunstgenres zorgt ervoor dat kunstwerken elkaars verhaal kunnen vertellen en dat de gelaagdheid van de voorwerpen aanwezig blijft. De Onderzeebootloods verhoogt daarnaast de maatschappelijke betrokkenheid van het museum door een belang buiten zichzelf te dienen, namelijk het bevorderen van bezoek aan het Rotterdamse havengebied.

Het zijn vooral de randactiviteiten en de mediale presentatievormen buiten het museumdomein die mogelijk vallen onder ‘amusement’. Dit geldt bijvoorbeeld voor Boijmans TV, een presentatievorm waarin amusement de boventoon voert en waarin niet-authentieke voorwerpen of personen de verhaaldrager worden. Het tv-programma biedt een poëtische presentatie waarin het niet meer draait om de beleving van de kunstwerken. Daarnaast gaat het programma voorbij aan de gelaagdheid van kunstwerken door te veel betekenisgeving. Wel zorgt Boijmans TV voor meer maatschappelijke betrokkenheid, een doel dat onder druk van de overheid een belangrijke prioriteit van het museum is.

Bibliografie

Literatuur

Boer, P. den, 'Geschiedenis, herinnering en lieux de mémoire', in: R. van der Laarse (red.), *Bezeten van Vroeger*, Amsterdam 2005, pp. 40-58.

Boijmans Van Beuningen, *Jaarverslag 2012*, Rotterdam 2013.

Boomgaard, J., 'Het podium van de betrokkenheid', in: H. Aarsman e.a. (red.), *Nieuw engagement in architectuur, kunst en vormgeving*, Rotterdam 2003, pp. 98-108.

Bos, J.E., *Openbare schatkamers in verandering : musea in Nederland in een tijd van verzelfstandiging en privatisering*, Amsterdam 2001.

Dewdney, A., D. Dibosa en V. Walsh, *Post-critical Museology: Theory and Practice in the Art Museum*, Abingdon 2013.

Duncan, C., 'From the princely gallery to the public art museum: The Louvre and the National Gallery', in: D. Boswell en J. Evans (red.), *Representing the Nation: A Reader*, Londen/New York 2007, pp. 304-331.

Elshout, D., 'Hé ja, laten we naar het museum gaan! Wat wil het museumpubliek zien, en hoe krijg je ze binnen?', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), pp. 78-84.

Jong, A. de, *Vitrines vol verhalen. Museumcollecties als bron voor cultuurgeschiedenis*, Amsterdam 2010.

Karp, C., 'Digital heritage in digital museums', *Museum International* 56 (2004), pp. 45-51.

Kõiva, M., 'The Contemporary Museum as a Site for Displaying Values', *Journal of Ethnology and Folkloristics* 1 (2007), pp. 49-62.

Legêne, S., 'Canon van verschil: musea en koloniale cultuur in Nederland', in: Rob van der Laarse (red.), *Bezeten van Vroeger*, Amsterdam 2005, pp. 124-152.

Macdonald, S., *A Companion to Museum Studies*, Singapore 2011.

McClellan, A., *The Art Museum from Boullée to Bilbao*, Londen 2008.

Mensch, P. van, 'Nieuwe museologie', in: Rob van der Laarse (red.), *Bezeten van Vroeger*, Amsterdam 2005, pp. 176-192.

Ministerie Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, *Beleidsnota 'Meer dan kwaliteit, een nieuwe visie op cultuurbeleid'*, Den Haag 2011.

Nys, L., *De Intrede van het Publiek*, Leuven 2012.

Raad van Cultuur, *Jaarverslag 2009*, Den Haag 2010.

Raad van Cultuur, *Slagen in Cultuur*, Den Haag 2012.

Riet, M. van der, 'De conservator als regisseur. Het museum op zoek naar nieuwe presentatievormen', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), pp.155-159.

Velthuis, O., 'Kunst moet luchten', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), p. 122.

Wesseling, J., 'Een museum moet leven. Een kunstmuseum dient ook plaats te bieden aan levende kunstenaars', in: *Boekman 61. Het museum van de toekomst: Pretpark of Pantheon?* 16 (2004) nr. 61 (herfst), pp. 7-13.

Vergo, P., 'Introduction', in: P. Vergo (red.), *The New Museology*, Londen 1989.

Vergo, P., 'The Reticent Object', in: P. Vergo (red.), *The New Museology*, Londen 1989.

Internetbronnen

ARTtube, <<http://www.arttube.nl/nl/>> (24 juni 2013).

Boijmans Van Beuningen, <<http://www.boijmans.nl/nl/>> (24 juni 2013).

Boijmans Van Beuningen, collectie,

<[http://collectie.boijmans.nl/nl/work/1544%20\(MK\)](http://collectie.boijmans.nl/nl/work/1544%20(MK))> (23 juni 2013).

Boijmans Van Beuningen, collectie,

<[http://collectie.boijmans.nl/nl/work/BEK%201239%20\(MK\)](http://collectie.boijmans.nl/nl/work/BEK%201239%20(MK))> (23 juni 2013).

Boijmans Van Beuningen, collectie online, <<http://collectie.boijmans.nl/nl/>> (24 juni 2013).

Boijmans Van Beuningen, missie van het museum,

<<http://www.boijmans.nl/nl/365/missie-van-het-museum>> (10 juni 2013).

Boijmans Van Beuningen, Onderzeebootloods,

<<http://www.boijmans.nl/nl/7/kalender/calendaritem/1283/onderzeebootloods>> (24 juni 2013).

Boijmans Van Beuningen, over het museum, <<http://www.boijmans.nl/nl/374/over-het-museum>> (10 juni 2013).

Boijmans Van Beuningen, plattegrond,

<http://www.boijmans.nl/upload/File/press/Folder_plattegrond.PDF> (22 juni 2013).

Rijksoverheid, kunst- en cultuurbeleid,

<<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kunst-en-cultuur/kunst-en-cultuurbeleid>>

(22 juni 2013).

Teylers museum, geschiedenis en gebouw

<<http://www.teylersmuseum.eu/index.php?item=101&flact=1&lang=nl>> (22 juni 2013).