

# Tijdreizen

L.J. Wagenaar

Persoonlijke notities naar aanleiding van:

Robert Lumley ed., *The museum time-machine. Putting cultures on display* (Londen en New York 1988) viii + 241 bladzijden, geïllustreerd, (Comedia book) Routledge Londen en New York, ISBN 0-415-00652-X Pbk, f41,70.

De bundel *The museum time-machine* bevat een aantal artikelen waarin Engelse openluchtmusea en 'site museums' worden behandeld. In deze musea staat de beleving van de bezoeker centraal: de presentatie is erop gericht het bezoekend publiek een reis door de tijd te laten maken, een 'tijdreis' die de bezoeker veel directer dan in traditionele musea het geval is, confronteert met het verleden. De besproken instellingen zijn grotendeels in Engeland gesitueerd. Ze hebben gemeen dat ze commercieel worden geëxploiteerd en wat bezoekersaantallen betreft een groot succes zijn. Is er inhoudelijk gezien ook sprake van een geslaagde onderneming? Deze vraag wordt door verscheidene auteurs gesteld, en vanuit verschillende invalshoeken beantwoord.

Onderstaand artikel behandelt eerst de vraag in hoeverre Nederlandse musea in staat zijn hun bezoekers een 'tijdreis' te laten beleven. Daarna volgt de eigenlijke boekbespreking, waarbij de voor het thema 'tijdreizen' meest in aanmerking komende artikelen uit de bundel worden besproken.

## Nederlandse musea lopen achter

Schrijvers, televisiemakers en reclamemensen verstaan het vak mensen in hun ban te krijgen en in vervoering te brengen. Voorbeelden uit de (kinder)literatuur en de populariteit van het fenomeen van de historische stadswandelingen geven aan dat er een brede historische belangstelling is, en dat er manieren zijn om lezers, kijkers of wandelaars te betrekken bij een historisch onderwerp. In boeken als *Het vliegend schip* van Hilda Lewis (1957), of *Kruistocht in spijkerbroek* van Thea Beckman (1973) worden jonge lezers op meeslepende wijze betrokken bij het verleden, waarbij verschillende tijd-confrontaties in de verhalen zijn verwerkt en tijdsgrenzen moeiteloos worden doorbroken. Niet alleen kinderen, maar ook volwassenen zijn in staat zich te laten meevoeren in een 'tijdreis' naar het verleden. Daarvoor moet echter wel aan een aantal voorwaarden worden voldaan. Voor musea betekent dit dat er een totaal andere manier van presenteren nodig is dan tot nu toe gebruikelijk is.

Veel musea zouden zich moeten schamen. Een loopje naar een willekeurige kruidenier laat zien welke technieken gebruikt kunnen worden om produkten aan de man te brengen. De melkboer met zijn litermaat is verleden tijd, maar de romantische afbeeldingen van boerderijen met vreedzaam melkvee en melkende meisjes op de pakken melk, yoghurt en andere zuivelprodukten laten zien hoe je commercieel het best op de kleintjes let.

Het massale enthousiasme en de nog immer toenemende belangstelling voor de landelijke fiets-, molen-, stoom- en monumentendagen geven wel aan dat er van een enorme markt sprake is. Wat presteren de musea zoal op deze markt? Jaarlijks worden vele honderdduizenden bezoeken afgelegd aan de Nederlandse openluchtmusea (Arnhem, Enkhuizen, Zaandam). Wanneer men het museumdorp Orvelte en het vestingstadje Bourtange bij deze openluchtmusea rekent, is er bij elkaar sprake van een bezoekerstal van meer dan een miljoen. De mensen komen dus graag en vaak van grote afstand. Maar wat een gemiste kansen! De opstellingen zijn vaak weinig educatief en zeer statisch, en zelden wordt de bezoeker echt betrokken bij de behandelde thema's: het lijken soms open depots van doodse historische voorwerpen en gebouwen. Wetenschappelijk verantwoorde maar educatief opgezette 'son-et-lumière' programma's als in het Musée de l'Art et du Tradition Populaire te Parijs ontbreken. De wil om te veranderen is overigens wel degelijk aanwezig. Zo is het inmiddels geprivatiseerde Openluchtmuseum van plan zijn presentatie grondig te moderniseren, in de verwachting dat ook bij investeren in museumpresentaties de kosten voor de baat uitgaan.

Het bezoek aan de openluchtmusea wordt in aantal overtroffen door de bezoeken afgelegd aan de vele plaatselijke oudheidkamers, historische afdelingen van algemene musea en historische musea. Om hoeveel bezoekers het gaat, is niet precies bekend, maar het zijn er enige miljoenen. Maar de aantallen op zich zeggen nog niets over de kwaliteit van de beleving. Hoeveel bezoekers zullen werkelijk getroffen zijn en het gevoel hebben gekregen een reis door de tijd te hebben gemaakt; hoevelen hebben op de één of de andere manier contact met het verleden gehad en de geschiedenis be-grepen?

Voorbeelden uit het buitenland laten zien dat er meer museale presentatiemogelijkheden zijn dan wij in Nederland gewend zijn. Het Holland Village in Nagasaki, Japan, trekt een miljoenenpubliek. 'Colonial Williamsburg' in de Verenigde Staten weet met zijn opmerkelijke formule eveneens drommen bezoekers te trekken. 'Williamsburg tells it like it was', het dagelijks leven van het achttiende-eeuwse Williamsburg wordt zo realistisch mogelijk tot leven gewekt en daarom treden in dit concept alle museummedewerkers gekostumeerd op.

Goedbedacht, maar in de uitwerking mislukt, was de expositie in de 'Grande Arche' te Parijs ter gelegenheid van de viering van het tweede eeuwfeest van de

Frans Revolutie. Elke bezoeker kreeg een koptelefoon met ingebouwde ontvanger, en zo kon per locatie een gebeurtenis theateraal meebeleefd worden. Wanneer je doorliep en in het bereik van een andere zender kwam, hoorde je weer een nieuw verhaal, commentaar, of achtergrondgeluid. Deze techniek, al bekend van Ciné Cité, is op bescheiden schaal ook gebruikt door het Amsterdams Historisch Museum in de zomertentoonstelling van 1990: 'Amsterdam, bekijk het!'. De kosten zijn vooralsnog haast onoverkomelijk, maar de mogelijkheden zijn veelbelovend.

Hoogst interessant is het Vikingcentre Jorvik in York, Engeland. Daar is letterlijk van een tijdreis sprake. Net als bij het spookhuis op de kermis stappen de bezoekers in een wagentje. Uit het eerste traject blijkt al dat de ontwerpers goed hebben nagedacht: eerst rijd je achteruit, terug in de tijd. Simpel, maar briljant, en het werkt goed, want zonder veel omhaal van woorden beseft iedereen wat er aan de hand is: je zit in een tijdmachine. Eenmaal aangekomen in de vikingtijd draait het treintje, om voorwaarts de tocht te vervolgen. Je rijdt door een vikinggemeenschap, je hoort mensen praten, kippen kakelen en je ziet kookvuren branden. De sensatie is behoorlijk echt. Het is alleen jammer dat het niet mogelijk is om in je eigen tempo te reizen. Voor mij kwam het einde in ieder geval onverwacht snel en stond ik te plotsklaps in het expositiegedeelte. Dat bood een schrille tegenstelling met de voorgaande 'experience': klassieke vitrines met voorwerpen waar je natuurlijk vooral van moest afblijven. Gezien de weinig unieke aard van sommige opgravingsvoorwerpen was het zeer goed mogelijk geweest de tijdsafstand te overbruggen door een paar artefacten aantrekkelijk op te stellen. Maar helaas, nergens het aantrekkelijke 'please touch', zoals bij het tentoongestelde stuk maansteen in het National Air & Space Museum van het Smithsonian Institution in Washington.

Het zou onjuist zijn alle Nederlandse museale instellingen die historische opstellingen of tentoonstellingen presenteren van achterlijkheid te betichten. In veel musea zijn 'evocatieve' opstellingen gemaakt, stijlkamers, diorama-achtige opstellingen, reconstructies, veelal aangevuld met dia- of videobeelden. Echt spannend is het echter niet. Het gezelschap Bewth, decorbouwers van de NOB, of dergelijke deskundigen zouden eens geraadpleegd moeten worden. Wat zou er in Amsterdam met zijn fantastische oude binnenstad niet tot stand kunnen komen! Het begin van de grachtengordel bij het IJ, uitgebreid met bijvoorbeeld de Westelijke Eilanden zou een schitterend en historisch bruikbaar decor vormen voor historisch 'theater'. Daar zou het heel goed mogelijk zijn de bezoeker het verleden te laten herbeleven, en door het aanbieden van een 'tijdreis' iets uit te leggen van de pre-industriële maatschappij in de zeventiende en achttiende eeuw. Men voege slechts reconstructies van kranen, moddermolens, windmolens en

diverse soorten schepen en schuiten toe aan het bestaande decor van de grachten met de vele pakhuizen, koopmanshuizen, winkels en bedrijven. Amsterdam zou Williamsburg naar de kroon kunnen steken.

Maar ook binnen, in de bestaande musea, zijn er veel mogelijkheden. Nieuwe, semi-permanente publiekstreckers kunnen een stevige financiële basis vormen om andere, 'gewone' expositie-afdelingen in stand te houden en uit te breiden. Niet alle onderwerpen lenen zich immers voor een tijdreis-achtige benadering: niets immers is zo aantrekkelijk als een goed tentoongestelde verzameling Chinees porselein, zoals het geval is in het Prinsessehof en het Groninger Museum. En bovendien: voor kleine en kortdurende tentoonstellingen, of voor tentoonstellingen die voor bezoekers met een gespecialiseerde belangstelling zijn gemaakt, is het niet altijd nodig. Dat neemt niet weg, dat ook op kleine schaal geprobeerd kan worden de aandacht van de bezoeker op een andere, niet-traditionele manier te vangen, en hem met behulp van een 'environment' het verleden te laten beleven. De tentoonstelling 'Dongfeng/Oostenwind; Chinezen in Amsterdam', onlangs te zien geweest in het Amsterdams Historisch Museum, had zo'n 'environment' met een zwetende stoker en stampende stoommachines. Zo werd kort en krachtig getoond hoe de eerste Chinezen in Nederland terecht kwamen. Het Scheepvaartmuseum in Amsterdam toonde in de Van Keulen-tentoonstelling van 1989 een kapiteinshut met uitzicht op verre en vreemde kusten. De gebruikte technische middelen, dia-projectoren en een breed projectievlak, waren vrij eenvoudig, maar zeer doeltreffend. Dat deze formule ook in typische historische locaties kan worden toegepast, herinner ik me van een tentoonstelling in het voormalige stadhuis van Amsterdam, nu Koninklijk Paleis. De tentoonstelling had als thema 'stadhuis en stadsbestuur in de zeventiende en achttiende eeuw'. Zeer indringend was het kijkje in een van de werkkamers, een soort historische peep-show: je loerde door een deels geopende deur, en zag een ambtenaar aan het werk - hij dronk overigens geen koffie.

Maar, het blijven tot nu toe incidenten: evocatieve deelopstellingen als aantrekkelijke onderbrekingen in doorgaans traditionele opstellingen. De bezoeker zal deze onderbrekingen stellig waarderen, 'he, leuk' denken, en verder gaan langs de gebaande paden. Van een goedgeorganiseerde 'tijdreis', van een onvergetelijke belevenis van begin tot eind, is in Nederland nog geen sprake.

### The museum time-machine

Soms is het jammer dat wij niet Engelstalig zijn. Het woord 'heritage' bijvoorbeeld is werkelijk prachtig en buitengewoon bruikbaar. Een 'Erfgoed Museum' of 'Patrimonium Centrum' zou het bij ons niet goed doen - of ligt dat aan onze

verhouding met 'der vaderen erf'? De schrijvers die door Robert Lumney uitgenodigd zijn bijdragen te leveren voor de bundel *The museum time-machine*, hebben het allen op een of andere manier over 'heritage', over musea, of in dit verband beter gezegd: bezoekerscentra die een cultuur presenteren. De ondertitel vat hun doelstelling mooi samen: 'putting cultures on display'. Voor het eerst gebeurde dat in 1891, met de stichting van het openluchtmuseum Skansen bij Stockholm. Van later datum is het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem, geopend in 1918. De presentatie van 'heritage' is inmiddels overgeslagen naar instellingen die zich met andere takken van geschiedenis bezighouden; een goed voorbeeld van een archeologisch park is het opgegraven en deels gereconstrueerde castellum in het Duitse Xanten.

Reconstructie, conservering en presentatie in situ lijkt de nieuwe trend, maar het is zeker een ontwikkeling waar je ook kritisch naar kan kijken. Bob West, schrijver van het tweede artikel, windt zich zelfs behoorlijk op over de commerciële aspecten van de 'outdoor museums'. Als het aan hem had gelegen, zou de bundel misschien 'The museum money-machine' geheten hebben. In zijn fel getoonzet artikel over het Ironbridge Gorge Museum in Engeland zitten fraaie uithalen als 'Ye Olde Leisure Park', 'history making business', 'packaging and selling history' en 'the past as commodity'. Hij maakt zich kwaad over de vele winkels in 'Highstreet'-setting, en ontploft bijna wanneer hij de kaarsenmakerij bespreekt. De poging om de tijd van de industriële revolutie tot leven te brengen, leidt daar tot vreemde excessen: onderbetaalde jongeren ademen in geheel authentieke omgeving zwaar giftige dampen in. 'Victorian values indeed', brijst hij dan, maar enige uitleg over hoe gevaarlijk het werk was, en cynisch genoeg: wederom is, ontbreekt. Ziedend is hij ook over de houtzagerij: de onmenselijke werksituatie: lawaai, ongevallen, lange werktijden et cetera komen niet over het voetlicht. Het is een kermisattractie zonder enig begrip voor de harde aspecten van het kapitalisme.

Een andere bijdrage in deel 1 van de bundel, 'The landscape of nostalgia', is van Tony Bennet. In zijn bespreking van het openluchtmuseum in Beamish trof mij de zinsnede 'restyling of popular memory'; er is sprake van een partieel geheugenverlies, stelt Bennet vast. Bij een wandeling door het terrein doorkruis je stad en land, vergelijkbaar met het Buitenmuseum in Enkhuizen samengesteld uit huizen en gebouwen die bijeengesprokkeld zijn uit de regio, maar er wordt een maatschappij getoond zonder politieke dimensie: vakbonden en suffragettes, om maar een tweetal voorbeelden van Bennet te noemen, ontbreken. De 'Beamish experience' wordt gekenmerkt door een 'institutionalized mode of amnesia'.

Hetzelfde Beamish wordt uitvoerig besproken in het artikel van Gaby Porter dat handelt over de wijze waarop 'vrouwen en huishouding' in museale opstellingen

behandeld worden. Haar artikel staat in deel 2 van de bundel, 'Museums in a changing world', maar zij maakt duidelijk dat veranderde historische opvattingen - onder andere naar voren gebracht in de vele historische 'vrouwenstudies' - nog lang geen gemeengoed zijn, en in de 'Erfgoed Musea' nagenoeg geheel ontbreken.

Sue Kirby geeft in hetzelfde deel 2 voorbeelden van vooroordelen van subsidiënten en sponsors met soms verstrekkende gevolgen voor het tentoonstellingsbeleid, tot het verwijderen van objecten en teksten toe. 'Politics of bias' luidt een van de onderdelen van haar artikel, waarin ze een aantal culturele en maatschappelijke verschijnselen onder de loupe neemt, die bepalend zijn voor de aard en structuur van musea. Het lijkt een open deur te zijn die ze intrapt: 'Museum collections tend to reflect the taste, wealth and concern of the upper classes', schrijft ze, en dat is niet alleen te zien aan de exposities, maar ook aan de museale budgetten - kunstmusea hebben over het algemeen meer personeel en een hoger materieel krediet dan musea die zich met (sociale) geschiedenis bezighouden. Wie naar de aankoopbudgetten van de Nederlandse musea kijkt, en naar hun mogelijkheden voor aanvullende subsidiëring of sponsoring van aankopen, kan vaststellen dat hier de situatie nagenoeg gelijk is. De waardering van 'geaccepteerde' kunst is in veel gevallen omgekeerd evenredig met de waardering van het werk van historische musea of historische afdelingen; ook binnen een topinstelling als het Rijksmuseum is het opmerkelijk welk een laag aankoopbedrag aan de afdeling Geschiedenis is toebedeeld.

Op het eerste gezicht hebben bovengenoemde artikelen een negatieve teneur; zij leveren kritiek op een aantal verschijnselen waar de bezoeker vaak geen weet van heeft, ook al geniet hij of zij van het gebodene: de eenzijdigheid van een presentatie in sociaal of politiek opzicht, de commerciële randverschijnselen, of de afhankelijkheid van sponsors. Op buitengewoon heldere wijze wordt een analyse geboden van een aantal cultureel-maatschappelijke verschijnselen die onvermijdelijk ook in museumland hun afspiegeling hebben. Kritiek en analyse zijn een voorwaarde om te begrijpen waarmee we bezig zijn, en het is goed mijn eigen enthousiasme voor het verschijnsel tijdreizen - gezien de problemen in de Engelse voorbeelden - te temperen. Zouden wij inderdaad in staat zijn in Amsterdam een 'outdoor museum' te maken zonder aan de commercie toe te geven? Zouden we werkelijk in staat zijn de bezoekers een 'tijdreis' te laten maken waarvan we kunnen zeggen dat de beleving historisch-inhoudelijk gesproken een hoge kwaliteit heeft? Ik denk dat we ons ervan bewust moeten zijn dat zelfs de best uitgedachte formules zwakke punten zullen hebben. Dat blijkt uit het voorbeeld van het reeds eerder genoemde Jorvik Centre, dat het Engelse York in de vikingtijd toont. Dit in vele opzichten zeer geslaagde experiment komt ter sprake in een artikel van Jeremy Silver, over het behoud en de ontwikkeling van 'aural culture'.

Jeremy Silver vertelt hoe de makers van het Jorvik Centre speciaal naar IJsland zijn afgereisd om daar het geluid van duiven op te nemen. Een linguïst werd geraadpleegd om een zo authentiek mogelijk Yorks accent uit de luidsprekers te laten komen. Maar desalniettemin is hij teleurgesteld in het resultaat: 'it never becomes more than a simulation and the sense of the artificial is foremost'. Iets verder neemt hij een deel van zijn kritiek terug, en benadrukt dat in nauwelijks een kwartier een verrassende hoeveelheid informatie en een 'enjoyable show' wordt geboden. Als groot bewonderaar van Charles Parker, de BBC-medewerker die met zijn 'Radio Ballads' de grondslag heeft gelegd voor de oral history, is Jeremy Silver gevoelig voor misbruik van het medium ten behoeve van puur 'entertainment'. De schijn van authenticiteit wordt snel gewekt, terwijl in feite de luisteraar gemanipuleerd wordt bij de beleving van zijn tijdreis. Hoe dat ook zij, tegelijkertijd stelt Jeremy Silver dat gebruik van geluid in reconstructies à la Jorvik een bijdrage kan leveren om meer begrip te wekken voor het belang van oral history, en dus ook voor de noodzaak om geluidsarchieven wetenschappelijk verantwoord samen te stellen en goed te behouden. 'To document the lives and the experiment of those who would otherwise disappear from "history"', zoals hij een doeleinde van oral history samenvat; want 'despite its popular appeal, sound remains very low down on the agenda'.

Het laatste deel van de bundel, 'Sociology of the museum public', bevat twee artikelen. Nathalie Heinich bespreekt hier het Centre Pompidou of 'Beaubourg', de materie geworden droom van de cultuurspreiding. Haar artikel is interessant omdat ze een gedegen analyse geeft van de samenstelling van het bezoekend publiek. Net als bij Nederlandse musea het geval is, blijken de tentoonstellingsruimten vooral bezocht te worden door het traditionele bezoekerspubliek: de redelijk tot goed opgeleide middengroepen. Het zou interessant zijn om te weten in hoeverre de eerder besproken instellingen hun succes meten, niet naar aantal bezoekers, maar naar het soort bezoekers en naar de kwaliteit van het bezoek. Nathalie Heinrich laat zien hoe hoog het aantal herhalingsbezoeken zijn. In Nederland kennen we het verschijnsel van de herhalingsbezoeken ook, maar dit is, voorzover ik weet, nooit gebruikt als graadmeter voor het succes van een museum.

Het laatste artikel van dit hoofdstuk, en tevens van de bundel, is van Eileen Hooper-Greenhill. 'Counting visitors or visitors who count' is een goed betoog over de relatie tussen musea en hun publiek. Veel daarvan is uit andere onderzoeken al bekend, zoals de oververtegenwoordiging van bezoekers met een meer dan gemiddelde opleiding. Uit een paar, haast anekdotische opmerkingen, blijkt de schrijfster gevoel voor de dagelijkse praktijk en voor het detail te hebben. Dat blijkt bijvoorbeeld uit haar voorbeeld van het museum dat onmiddellijk meer publiek trok toen de mannelijke en geüniformeerde suppoosten bij de ingang waren

vervangen door vrouwen in burgerkleding. Niet alleen de aard van de presentatie van het tentoongestelde, maar ook de algemene presentatie, zoals publieksbegeleiding en dienstverlening, is bepalend voor het kwalitatieve succes van het bezoek en dus van grote invloed op herhalingsbezoek. Musea moeten meer doen aan werving en klantenbinding en daar, voor wat betreft de presentatie, consequenties aan verbinden, zegt Hooper-Greenhill, en haar slotwoorden zijn een waardig besluit van de hele bundel: 'Museums must demonstrate their relevance and recruit their audiences in a new aggressive leisure market. It is no longer (if it ever was) merely enough to exist'.

## Slot

Het organiseren van tijdreizen is een vast en geaccepteerd verschijnsel in de toeristenindustrie geworden. Een zomers bezoek aan Hoorn, Enkhuizen of Medemblik in Noord-Holland, of aan Middelburg, Vlissingen of Veere in Zeeland, geeft een goede indruk van de mix watersport, kooplustig slenteren door autovrije winkelstraten, haring-eten en museumbezoek, en dit alles in een monumentaal decor van een vertrouwde historische omgeving. De bezoekersstromen naar dergelijke 'cultuur-historisch verantwoorde' recreatiecentra zijn gigantisch, en het is duidelijk dat de musea daar nog meer van kunnen profiteren. De openluchtmusea nemen onder de museale instellingen een aparte plaats in: de typische formule van dergelijke instellingen en vooral de noodzaak om commercieel te opereren, werkt een wanverhouding tussen de museale doelstellingen 'studie en educatie' en 'genoegen' makkelijk in de hand. De artikelen van de bundel laten helder zien hoe commerciële belangen en museaal-historische vooroordelen tot teleurstellende resultaten kunnen leiden. De uitgeoefende kritiek had echter expliciet vergezeld mogen gaan van lofuitingen. Het voorbeeld van het Jorvik Centre bewijst immers ook het succes van de formule van de 'tijdreis'. Met groot enthousiasme en met veel liefde voor het vak is in York een presentatie van het viking-verleden gemaakt die terecht veel publiek trekt. Het is een gedurfd experiment, inhoudelijk en commercieel, waar veel musea van kunnen leren.

Reconstructies, 'environments', en andere evocatieve opstellingen kunnen, mits verantwoord toegepast, positieve invloed uitoefenen op de verhoging van de kwaliteit van het museumbezoek. Dat gaat niet alleen op voor het 'brede' publiek, maar ook voor de beter geschoolden en de vakmensen. De musea zouden zich naar mijn mening professioneler met de kwaliteit van het bezoek moeten bezighouden, en dat betekent voor de volkenkundige en historische musea dat er meer nagedacht moet worden over de beleving door de bezoeker, en vooral over het aspect 'tijdreis'. In dat verband zouden deze museale instellingen zich moeten beschouwen

als 'tijdreisbureaus' die individuele bezoekers en groepen bezoekers een reis naar het verleden aanbieden. Het nadenken over andere, innoverende, publieksvriendelijke overdrachtsvormen is vele historici en museummensen vreemd. Het is goed als ze naar voorbeelden uit de (kinder)literatuur en de televisie- en reclamewereld kijken. En naar wat er in het buitenland al op dit gebied is gepresteerd.