

Kunstwetenschapper **Johan Idema** legt uit hoe we een museum moeten bezoeken

‘Een verhaal vertel je niet in 9 seconden’

Hoe kun je meer uit een museumbezoek halen? Daarover schreef de Nederlandse kunstwetenschapper Johan Idema een boek. Geen betere plaats om dat te testen dan het Museum voor Schone Kunsten in Brussel. ‘Er is iets mis met de manier waarop musea en wijzelf met kunst omgaan.’ **Sofie Mulders**



● Johan Idema en onze eigenste Sofie Mulders namen zelf de proef op de som in het Museum voor Schone Kunsten.

© KAROLY EFFENBERGER

Halverwege ons bezoek, we zijn dan in de zaal waar de collectie moderne kunst hangt, zien we een ouder koppel. Hij staat wat verloren bij een video-installatie, zij kijkt vluchtig naar een sculptuur in hout. Na een tiental seconden wandelen ze samen weer naar buiten. De blikken wazig, een lichaamstaal die vooral vermoeidheid uitstraalt.

“Wat hier gebeurt, is precies de reden waarom ik dit boek geschreven heb”, zegt Johan Idema. “Er is zoveel goede kunst. En daar gaan zoveel goede verhalen mee gepaard. Maar komen die verhalen wel binnen bij het publiek? Uit onderzoek blijkt dat mensen gemiddeld negen seconden blijven staan bij een kunstwerk in een museum. Doodjammer. Kunst biedt troost, geeft nieuwe inzichten, vertelt verhalen, raakt je. Dat kan nooit in die negen seconden. Het betekent dat er iets mis is met de manier waarop musea en wijzelf omgaan met kunst.”

Verhaal

Een willekeurig schilderij in de chique hal van KMSKB in Brussel is het eerste waarbij we blijven stilstaan. Het feit dat het hier in die hal hangt, op een prominente plek dus, en dat er een bankje voor staat, creëert bij ons als bezoeker de verwachting dat dit een belangrijk schilderij is, legt Idema uit. “Laten we even naar het tekstbordje kijken. Wat lees je? Een naam, een jaartal en een titel. Tja, daar ben je niet veel wijzer mee.”

Nochtans hebben de musea en hun bezoekers hetzelfde doel: een klik maken met het kunstwerk. Maar dat is meer uitzondering dan regel.

In de eerste plaats kunnen musea daar iets aan doen. “Bezoekers moeten een verhaal aangereikt krijgen. Zo’n klein, onaan-

trekkelijk en karig geformuleerd tekstbordje doet dat niet. Een verhaal door een hoofdtelefoon is een optie. Tenminste, als het goed verteld is. Of waarom laat je geen bekende Belg of bekende Vlaming aan het woord over een schilderij? Is dat te makkelijk? Niet noodzakelijk. Je moet natuurlijk heel goed nadenken over de man of vrouw die je daarvoor gebruikt.”

Dat je vaak allergische reacties krijgt op zulke initiatieven, vindt Idema niet erg. “Die komen meestal van het soort publiek dat hier nu rondloopt: de kennisgeoriënteerde bezoeker, die misschien al veel achtergrond heeft over kunst en dus genoeg heeft aan zo’n tekstbordje. Niets mis mee, maar hij moet wel beseffen dat een veel groter deel van het publiek niet aangesproken wordt door die manier van werken.”

De kunstenaar zelf horen praten over zijn werk kan ook ongelooflijk interessant zijn en voor veel inzicht zorgen, zegt Idema. Als dat ‘face to face’ niet lukt – en die kans is groot – waarom kun je dan op een klein schermje naast het kunstwerk bijvoorbeeld geen goede documentaire over de maker laten zien?

Gids

Is er geen schermje of gids, is het tekstbordje waardeloos en kom je dus bitter weinig te weten over het werk waartoe je aangetrokken wordt? Zoek thuis dan verder uit wat het verhaal is dat erachter zit. “Wat

‘Mijn doel is om kunst zoveel mogelijk impact te laten hebben op het publiek’

JOHAN IDEMA

je achteraf te weten komt, kan de herinnering aan het werk nog verstevigen.”

“Als jij mij vertelt wat een werk in je losmaakt, heb ik meteen al een klik als ik de volgende keer dat schilderij zie”, legt Idema uit. “Een kunstwerk komt veel meer binnen als je er gesprekken over hebt. Dat kan met je moeder zijn, een vriend of je kinderen, maar ook met onbekenden. Stel je voor: twee bezoekers staan naar een werk te kijken, en de ene zegt tegen de andere dat hij het best een confronterend werk vindt. Daar kunnen erg interessante gesprekken uit ontstaan. En dat schilderij zullen ze niet vlug vergeten.”

Musea zijn plekken waar mensen nog gemakkelijk openstaan voor gesprekken, zegt Idema, ook al is dat in België misschien wat moeilijker dan in Nederland. In de Verenigde Staten lukt dat nog makkelijker,

zegt hij. “In sommige musea lopen daar trouwens *gallery guides* rond die erin getraind zijn met jou het gesprek aan te gaan. Ik was ooit in het Guggenheim Museum in New York, en iemand sprak me aan over het schilderij waarnaar ik stond te kijken. Uiteindelijk werd het een geweldig gesprek over kunst. Na afloop zei hij: ‘*Thank you for having this conversation, I’m a gallery guide.*’ Pas toen kwam ik erachter dat de man in dienst was van het museum.”

Spiegel

Ook suppoosten spelen een belangrijke rol. “Zij kunnen van veel meer betekenis zijn dan enkel de werken bewaken. Vraag hen maar om informatie, of wat ze zelf van de werken vinden. Dat kan mooie inzichten opleveren.”

En dus vragen we aan de Brusselse suppoost of ze iets kan vertellen over de werken die in de ruimte hangen waar de collectie moderne kunst is ondergebracht. Maar dat kan ze niet. Ze is niet zo’n kunstkenner, zegt ze. Toch vertelt ze wel iets interessant over hoeveel bezoekers reageren op een kunstwerk met een spiegel erin, waarin ze zichzelf zien. “Ook zo’n verhaal maakt een gesprek met de suppoost interessant”, aldus Idema.

In De Grote Kunstshow – een Nederlands initiatief dat vorig jaar voor de eerste keer plaatsvond en dit jaar in november een tweede editie kent – laat Johan Idema zien

wat er gebeurt als je kunst naar het theater brengt. Dat betekent geen acteurs maar schilderijen en kunstinstallaties op een podium, met licht, geluid, gesprekken, foto’s, muziek en meer van dat. Het publiek krijgt in anderhalf uur tijd tien kunstwerken voorgeschoteld. Bij elk werk wordt collectief gediscussieerd over waarnemingen, gevoelens, gedachten en interpretaties.

Met andere woorden: bouw er wat spektakel rond en zelfs de moeilijkste kunst gaat erin als zoete koek. “Kijk, ik heb niets tegen de kunsthistorische manier van kunst presenteren, zoals dat in de meeste musea gebeurt. Maar dan moet je wel beseffen dat het ook onverschillige bezoekers creëert. Kijk naar de bezoekers in dit museum: veel van hen drentelen maar wat rond, op zoek naar iets wat hen werkelijk intrigeert – op deze manier is een museumbezoek nu eenmaal erg vermoeiend – en zien amper dat er geweldige verhalen voor hun neus liggen te wachten. Het is niet mijn bedoeling om kunst in een pretpark sfeer onder te dompelen, maar het is hoog tijd dat musea aandacht krijgen voor het publiek. Mijn doel is om kunst zoveel mogelijk impact te laten hebben op het publiek. Dat klinkt zo logisch dat het vreemd is om het luidop te moeten zeggen.”

Johan Idema – *How to visit an Art Museum*, BIS Publishers. Meer info op www.johanidema.net