

Mode en Musea

Zes trends, elf musea



Signalementen Museumstudies 2009-2010

Voorwoord

Het vak Signalementen van de duale master Museumstudies is elk jaar gewijd aan een actueel thema. Dit jaar was dat de aandacht van musea voor mode. Het doel is studenten dat thema te laten onderzoeken en hun resultaten te laten presenteren voor een publiek van professionals.

De centrale vragen waren: waar komt de stijgende aandacht voor mode vandaan en welke invloed heeft deze op collecties en presentaties in de diverse musea in Nederland? Het eerste deel van de vraagstelling was te beantwoorden aan de hand van een literatuurstudie. Enkele grote lijnen kunnen we hier kort in de inleiding schetsen. In de sociaal-wetenschappelijke literatuur wordt de samenleving zoals ze gestalte kreeg in de jaren zestig en zeventig van de vorige eeuw algemeen getypeerd als een consumptiesamenleving. Met dit begrip wordt aangegeven dat consumeren hèt dominante en sturende principe van de samenleving geworden is. Kenmerkend voor de consumptiesamenleving is ten eerste het feit dat consumeren een praktijk is geworden die deel uitmaakt van het leven van de gehele bevolking. Dit in tegenstelling tot traditionele samenlevingen waar exuberant consumeren een aangelegenheid was van een kleine elite.¹

Een tweede karakteristiek van de hedendaagse consumptiesamenleving is het onophoudelijk verlangen naar steeds nieuwe en steeds andere goederen. Waar aankopen destijds gestuurd werden vanuit het verlangen naar welbepaalde objecten (bijvoorbeeld schoenen, huisraad, of een juweel) willen we tegenwoordig vooral nieuwe schoenen, een nieuwe tas, nieuwe gordijnen. Niets wordt zo gretig geconsumeerd als de emotie en de opwinding voor het nieuwe.²

Binnen dit geheel van ontwikkelingen heeft de mode, als ultieme motor die het onophoudelijke proces van systematische vernieuwing en verandering heeft aangestuurd, uiteraard een belangrijke rol gespeeld. Hoewel de eerste tekenen van het systeem van de mode zichtbaar werden omstreeks het midden van de veertiende eeuw, duurde het tot de achttiende eeuw tot het tot volle wasdom kwam. Al die tijd bleef mode een zaak van de elite. Pas vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw verspreidde de mode zich als een olievlek over de hele samenleving. Tegenwoordig ontsnapt er niemand meer aan, jong of oud, rijk of arm, man of vrouw. Je zou haast kunnen zeggen – om het ook maar even in modieuze termen uit te drukken - dat de mode een inclusief systeem is geworden. Dat dit

¹ Williams 1982: 11.

² Campbell 1993: 40-58; zie ook Delhaye 2007.

geen overstatement is, werd nogmaals duidelijk in het *Volkskrant magazine* van 23 januari 2010. Daarin is een artikel te lezen over hoe tieners, jongens en meisjes tussen de 13 en de 18 jaar, nieuwe invloedrijke modebloggers zijn geworden. De 13-jarige Amerikaanse Tavi Gevinson bijvoorbeeld, bereikt met haar blog maandelijks ruim drie miljoen lezers over de hele wereld. Maar ook Nederland zou een groot aantal tienermodeblogs kennen waarvan sommige zestigduizend bezoekers per maand trekken. Reclamebureaus, winkeliers en ontwerpers volgen de opinies van deze jonge modeliefhebbers op de voet. Vijf pagina's verder maken we in de wekelijkse rubriek *Mijn stijl* kennis met de sexy geklede 71-jarige Nancy Peterse, die ons verslag doet van haar liefde voor mooie mantelpakjes, chique blouses en dure lingerie. Kortom, iedereen is in de ban van de mode en helaas soms op een verontrustende manier. Het opzichtig achterna hollen van merken is een druk beoefende sport onder grote groepen jongeren (en ook van volwassenen). Naomi Kleins *No Logo* (2000) is duidelijk niet tot het collectieve bewustzijn van het consumentendom doorgedrongen.

Gelijk opgaand met de toenemende invloed van de mode in de samenleving als geheel zien we vanaf de jaren tachtig van vorige eeuw ook een stijgende wetenschappelijke belangstelling voor mode. Vanwege haar status van of 'toegepaste kunst' of 'massaproduct' heeft mode nooit eenzelfde wetenschappelijke belangstelling gekend als de autonome kunsten. Het postmodernisme heeft de toenmalige hiërarchie tussen de onderzoeksobjecten ontmanteld en sindsdien is mode een onderzoekswaardig terrein geworden.³ Sinds die tijd heeft er zich een interdisciplinair domein, 'fashion theory' genaamd, ontwikkeld dat inmiddels kan bogen op een eigen wetenschappelijke canon. In 1997 is het gelijknamig tijdschrift *Fashion Theory* opgericht. Hiermee is echter nog niet gezegd dat het wetenschappelijk emancipatieproces van dit domein voltooid is. Behalve in landen als Groot-Brittannië en de Verenigde Staten is de academische aandacht voor mode toch nog steeds vrij gering.

Een vergelijkbare ontwikkeling heeft zich voorgedaan in het culturele veld. Sinds het ontstaan van de musea maakten mode, streekdracht en textiel deel uit van de collecties, maar ze werden in vergelijking met de autonome kunsten vrij stiefmoederlijk behandeld.⁴ De laatste decennia is mode in toenemende mate een gewaardeerde museale discipline geworden. Bovendien zien we dat modeontwerpers zelf steeds meer de grenzen van de autonome kunsten opzoeken; getuige de tentoonstelling *The art of fashion* afgelopen najaar

³ Meer hierover, zie Delhay 1993: 1-4.

⁴ Voor een algemeen overzicht, zie: Anderson 2000 en Steele 2008.

in Museum Boijmans van Beuningen. Daarnaast stijgt het aantal modetentoonstellingen de laatste twee decennia merkbaar. Toch betekent dit alles niet, zo heeft het onderzoek van de studenten geleerd, dat ook binnen de museale wereld de waardering voor mode een vanzelfsprekendheid is.

Bij het tweede deel van de vraag, namelijk die naar de invloed van de toegenomen aandacht op collecties en presentaties was het ons uitgangspunt dat we geen onderscheid wilden maken tussen de verschillende soorten collecties op het gebied van textiel/kostuum/mode/streekdracht en niet-westerse kleding. We wilden ons echter niet beperken tot mode alleen. Met een dergelijke totale benadering zijn we overigens niet origineel, want ook in het overzichtswerk *Kostuumverzamelingen in beweging* uit 1995, waarin opgenomen een bijlage met 281 musea met dergelijke collecties, is zo veelomvattend gekeken.⁵ Ook al bestond de werkgroep uit 21 masterstudenten, toch was het niet mogelijk om een kwantitatief vervolgonderzoek te doen naar al deze 281 musea en een antwoord te geven op de vraag wat er tussen 1995 en 2009 met deze collecties is gebeurd. We hebben ervoor gekozen om de elf belangrijkste musea kwalitatief nader te onderzoeken, onder meer door interviews met de betreffende conservatoren, van wie overigens velen ook een college hebben gegeven voor de werkgroep. Er zijn elf papers geschreven die als basis zijn gebruikt voor dit eindverslag, waarin een zestal trends centraal staan.⁶ Na de zes trends gaan de studenten nog in op de al dan niet gedeelde wens om een Nationaal Modemuseum op te richten. Al deze aandachtspunten zijn merendeels algemeen van aard, maar krijgen wel op het terrein van de mode een specifieke invulling. Zo is de roep om een Nationaal Modemuseum vergelijkbaar met het streven naar een museum voor islamitische kunst of, langer geleden, één voor de negentiende eeuw.⁷ Vanzelfsprekend houdt de digitale ontsluiting van collecties (trend 6) niet op bij alles wat met textiel te maken heeft. Hetzelfde geldt voor de wisselende relatie tussen educatie en informatie enerzijds en vermaak,

⁵ Kostuumverzamelingen 1995.

⁶ De elf papers zijn te raadplegen op de site Museumstudies van de Universiteit van Amsterdam: <http://www.student.uva.nl/mmus/home.cfm>.

⁷ Om een afdeling islamitische kunst in het Rijksmuseum werd door Bert-Jan van Egteren gevraagd in *NRC-Handelsblad* van 6 oktober 2009. Op 26 november 2009 werd in het Tropenmuseum een discussieavond gehouden, waarin onder meer over zijn verzoek en in het verlengde daarvan over de wenselijkheid van een museum voor islamitische kunst in Nederland werd gesproken. De meeste aanwezigen bleken overigens tegen te zijn. Het museum voor de 19de eeuw was in 1989 het onderwerp van vele krantenberichten en van een symposium onder de titel *Utopie of werkelijkheid*, zie Nederlands 1989.

entertainment en beleving anderzijds bij het organiseren van tentoonstellingen (trend 4). Ook de belangstelling voor identiteit (trend 2) en engagement met de gemeenschap (trend 3; ook wel 'social inclusion' genoemd) beperkt zich niet tot mode alleen, maar krijgt wel op het gebied van mode een eigen uitwerking. En per definitie houden de begrippen 'kruisbestuiving' (of 'cross-over') en 'interdisciplinariteit' (trend 1) in dat er meer disciplines dan mode alleen bij tentoonstellingen betrokken zijn. Zelfs het verdwijnen van de vaste modepresentaties (trend 5) voor tijdelijke tentoonstellingen zou in een algemenere ontwikkeling kunnen passen, namelijk een waarin de zogenaamde 'vaste' presentatie steeds korter te zien is, maar vermoedelijk had het verwijderen van de vaste textiel- en modepresentaties in het Tropenmuseum en het Gemeentemuseum Den Haag er ook mee te maken dat de opstellingen inmiddels heel gedateerd aandeden.

Tot slot iets wat het niet tot trend heeft gebracht, maar volgens ons een algemene ontwikkeling: het wegsturen van vakconservatoren met kennis van de collecties voor projectmedewerkers die ad hoc worden ingehuurd vanwege hun expertise op het gebied van tentoonstellingen maken (in het Zuiderzeemuseum, het Wereldmuseum en het Tropenmuseum). Dit is een brisant thema lijkt ons: kennis versus vormgeving.

Daarentegen lijkt er wel meer aandacht voor restauratie te zijn, ook al omdat de positie van de restauratoren aan het veranderen is eerst door Deltaplan en onlangs door nieuwe opleiding Restauratie aan de Universiteit van Amsterdam (UvA).

Stof te over dus, maar het is nu tijd om de studenten aan het woord te laten.

Ellinoor Bergvelt

Christine Delhaye

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	2
Inleiding	7
1. Kruisbestuivingen en interdisciplinariteit.....	9
2. Identiteit in/van het museum	13
3. Engagement met de gemeenschap en de rol van de textielcollectie	19
4. Edutainment	24
5. Verdwijnen van permanente mode-expositieruimtes	29
6. Digitale ontsluiting van mode- en kostuumcollecties	31
6. Digitale ontsluiting van mode- en kostuumcollecties	32
7. Nationaal Modemuseum.....	37
Conclusie	40
Dankwoord	42
Onderzoekswerkgroep Signalementen 2009/2010.....	43
Literatuurlijst	44
Verantwoording afbeeldingen.....	49

Inleiding

De laatste jaren is in de Nederlandse musea een stijgend aantal tentoonstellingen over mode te zien. Grote modetentoonstellingen hebben in 2009 veel aandacht gekregen zoals *Gejaagd door de wind* in het Zuiderzeemuseum en *The art of fashion* in Museum Boijmans van Beuningen. Deze groeiende belangstelling voor mode in musea was binnen de masteropleiding Museumstudies aanleiding tot het opzetten van een onderzoek hierover. Premsele was, als sectorinstituut voor design en mode, uiteraard geïnteresseerd in dit onderzoek. Vandaar dat Premsele en de UvA in het kader van dit onderzoek hebben samengewerkt. Onder leiding van Ellinoor Bergvelt en Christine Delhaye zijn elf mode- en kostuumcollecties van Nederlandse musea onderzocht.

Het bezoeken van modetentoonstellingen in de musea en de privé-collectie van Jacoba de Jonge, aangevuld met colleges van modeconservatoren vormden de basis voor verder onderzoek. Uit de onderzoeksresultaten hebben wij zes trends en een discussiepunt gedestilleerd die we hier presenteren. Hiermee proberen we inzicht te bieden in de positie en rol van mode- en kostuumcollecties in musea, de invloed van verschillende nieuwe ontwikkelingen op het gebied van musea en de toekomst van de mode- en kostuumcollecties gezien vanuit het oog van de conservatoren.

Tijdens dit onderzoek is naar voren gekomen dat de aanwezigheid van mode in musea geen recent verschijnsel is. Verschillende Nederlandse musea bezaten ten tijde van hun oprichting in de negentiende of twintigste eeuw al een kostuumcollectie. Het opnemen van mode van hedendaagse ontwerpers en zelfs van straatmode lijkt echter wel een recent verschijnsel te zijn. Om duidelijkheid te verschaffen over het karakter van verschillende collecties zal een onderscheid gemaakt worden tussen de termen 'textielcollectie', 'kostuumcollectie' en 'modecollectie'. De term 'textielcollectie' duidt een allesomvattende stoffencollectie aan, waarin zowel kleding als gebruikstextiel is opgenomen. De term 'kostuumcollectie' zal gebruikt worden voor overwegend historische- en streekdrachtcollecties. De term 'modecollecties' heeft betrekking op de hedendaagse mode.

De musea die we hebben onderzocht zijn: Amsterdams Historisch Museum, Centraal Museum Utrecht, Fries Museum, Gemeentemuseum Den Haag, Groninger Museum, Historisch Museum Rotterdam, Nederlands Openluchtmuseum, Rijksmuseum, Tropenmuseum, Zeeuws Museum en Zuiderzeemuseum.⁸ Het feit dat deze instellingen zo verschillend van aard zijn, maakte het samenvoegen en vergelijken van onze onderzoeksresultaten des te spannender.

⁸ Het Wereldmuseum te Rotterdam en het Nationaal Museum Paleis het Loo zijn niet aan een historisch-sociologisch onderzoek onderworpen, maar zijn wel in de colleges behandeld.

Kruisbestuivingen en interdisciplinariteit



Viktor & Rolf, Groninger Dracht
Groninger Museum (2004)

1. Kruisbestuivingen en interdisciplinariteit

Musea leggen in toenemende mate verbanden tussen verschillende artistieke disciplines en genres; tentoonstellingen zoeken grenzen op en kruisbestuivingen vinden plaats tussen verschillende culturele werelden en collecties.

Het debat over interdisciplinariteit is geen recent verschijnsel maar wordt al langer gevoerd. Toch wordt de term 'interdisciplinariteit' pas sinds de tweede helft van de twintigste eeuw algemeen gebruikt.⁹ In de kunstwereld raakte de ontwikkeling van interdisciplinariteit in de jaren zestig van de vorige eeuw in een stroomversnelling. In toenemende mate wordt sindsdien gebruik gemaakt van verschillende media binnen één kunstwerk. Dit fenomeen wordt met de term 'multimedialiteit' aangeduid. De term 'cross-over' geeft aan dat verschillende stijlen of kunstvormen met elkaar worden gecombineerd. Ook het vervagen van grenzen tussen verschillende disciplines in museale tentoonstellingen is een recente trend. Naast de vervaging van grenzen tussen kunstdisciplines, vindt in de kunstwereld ook een kruisbestuiving plaats tussen verschillende culturen. Ook op deze trend wordt door musea ingespeeld. De museale wereld geeft hieraan op verschillende manieren uiting; in het bijzonder in tentoonstellingen over mode.

In recente modetentoonstellingen zagen we dat er vaak verbanden gelegd werden tussen heden en verleden. Deze verbanden hebben veelal betrekking op een vergelijking tussen historische dracht en hedendaagse mode, of laten tentoonstellingen zien hoe hedendaagse ontwerpers zich laten inspireren door vroegere streekdracht. De tentoonstelling *Viktor & Rolf, Groninger dracht* in het Groninger Museum uit 2004 is hier een voorbeeld van. In deze tentoonstelling werden zes hedendaagse ontwerpen van Viktor & Rolf gecombineerd met vijf Groninger kostuums. Hiermee werd een verband gelegd tussen de symboliek die in beide drachten naar voren komt.¹⁰

Verbanden tussen historische kostuums en hedendaagse mode werden ook gelegd in: *Sluiers en sjaals* (Fries Museum, 1999), *Fashion DNA* (Rijksmuseum, 2006), *Pracht en kraal* (Tropenmuseum, 2007), *Script* (Centraal Museum, 2007), *Gejaagd door de wind* (Zuiderzeemuseum, 2009), *Cultuur couture* (Tropenmuseum, 2009). De film *Going Local* uit 2007 van het Zeeuws Museum laat eveneens een combinatie zien van hedendaagse mode en streekdracht.

Er wordt niet alleen gegrasduid in het verleden, ook worden verschillende culturen naast elkaar gepresenteerd en met elkaar vergeleken. Een voorbeeld hiervan is *Bridges to fashion*, een tentoonstelling in het Historisch Museum Rotterdam uit 2008. Deze tentoonstelling was onderdeel van een Rotterdamse modemanifestatie met Turkse en

⁹ Verstraete/Lütticken 2009: 11.

¹⁰ <http://www.groningermuseum.nl/index.php?id=1358>. 30 november 2009.

Nederlandse mode. De tentoonstelling toonde modeobjecten van negentien Turkse en Nederlandse ontwerpers, met als achtergrond filmbeelden uit Rotterdam en Istanbul. Deze combinatie gaf aan dat door globalisering grenzen tussen culturen vervagen en kruisbestuiving mogelijk is. Andere tentoonstellingen die mode en textiel in een interculturele context plaatsen zijn: *Textiel uit Indonesië* (Tropenmuseum, voormalige vaste opstelling) en *Global fashion/Local tradition* (Centraal Museum, 2005)

Verschillende kunstdisciplines, maar ook artefacten uit het dagelijks leven, worden in toenemende mate met elkaar in verband gebracht. Zo kan schilderkunst naast vormgeving of design worden getoond, of verschijnen er andersoortige objecten in beeld, zoals gebruiksvoorwerpen of dieren. In de tentoonstelling *Script* (Centraal Museum, 2007) bijvoorbeeld werden achttiende- en negentiende-eeuwse japonnen, meubelen, Rietveldontwerpen en hedendaagse mode gecombineerd om op deze manier een interdisciplinaire tentoonstelling te realiseren. Mode werd geplaatst tussen oudere stukken en moderne kunstvoorwerpen, met als doel te laten zien dat vormgeving bij het leven hoort, maar ook wel degelijk een kunstvorm is. Een andere tentoonstelling die een verband legt tussen mode en andere kunstdisciplines is: *Alaïa* (Groninger Museum, 1997) waarbij het werk van modeontwerper Azzedine Alaïa te zien was naast het werk van kunstenaars door wie hij zich had laten inspireren.

Een andere reden om verschillende kunstdisciplines naast elkaar te tonen is om een context te bieden aan de getoonde objecten. De poppen in streekdracht uit de Hindelooper Kamer van het Fries Museum (1881) geven een tijd- en sfeerbeeld zodat de objecten in een bredere context kunnen worden geplaatst. Dit is ook het geval bij de tentoonstellingen *De zilveren eeuw in Groningen* (Groninger Museum, 2006), *Hete zomer* (Zeeuws Museum, 2009) en *Haagse hofmode* (Gemeentemuseum Den Haag, 2007). Voor de tentoonstelling *Haagse hofmode*, waarin kleding uit de achttiende tot de twintigste eeuw werd tentoongesteld, is in de opstelling gebruik gemaakt van meubels en gebruiksvoorwerpen uit diezelfde tijd. Tevens hingen er schilderijen en modeprenten aan de muur.

Naast kunstobjecten doen ook andersoortige objecten hun intrede in de tentoonstellingen. In *Beestachtig goed* uit 2002 van het Fries Museum werd voortdurend een link gelegd met het Friese kostuum. Het Historisch Museum Rotterdam maakte in 2007 de tentoonstelling *Bloedmooi*, met als thema de dubieuze relatie tussen mens en dier. In de tentoonstelling *Achter gesloten deuren, van keurslijf tot string* uit 2006 in hetzelfde museum werd een verkorte geschiedenis van lingerie gegeven. Achter verschillende soorten deuren was allerlei lingerie te zien. Hier werd een verband gelegd tussen de deur en de lingerie, omdat beide iets verhullen. Tegelijk werd duidelijk hoe het menselijk lichaam door de eeuwen heen gemanipuleerd is door ondergoed.

Kortom, interdisciplinaire en multimediale benaderingen zijn veelvuldig waarneembaar bij modetentoonstellingen. Verbanden worden gelegd tussen historische en hedendaagse objecten, verschillende culturen worden naast elkaar gepresenteerd en met elkaar vergeleken, kunstdisciplines en andersoortige objecten worden gecombineerd met als doel het vanzelfsprekende referentiekader van de bezoekers open te breken en een nieuwe verfrissende, kritische blik te stimuleren.

Identiteit in het museum



Mijn hoofddoek - Amsterdams Historisch Museum (2006)



Zeeuw meisje – Zeeuws Museum (2007)

2. Identiteit in/van het museum

Net zoals er de laatste jaren veel over identiteit gesproken wordt in de samenleving als geheel, zien we dat ook musea steeds meer aandacht besteden aan dit fenomeen. Deze aandacht manifesteert zich doorgaans op twee verschillende niveaus: op groepsniveau (de identiteit van een doelgroep) en op instellingsniveau (de identiteit van het museum.) Op beide niveaus blijkt mode een belangrijke rol te spelen.

Ten eerste het groepsniveau: er bestaan uiteraard vele elementen op basis waarvan een identiteit kan worden gevormd, zoals geografische entiteit, religie, taal, etniciteit of interessegebieden. Door het verzamelen, conserveren en interpreteren van bepaalde objecten kan een bedoelde of onbedoelde identiteit voor een bepaalde groep ontstaan en worden versterkt. Er wordt immers aandacht geschonken aan deze groep waardoor buitenstaanders, maar ook de mensen die onderdeel uitmaken van de groep, zich bewust worden gemaakt van hun bestaan. Naast het creëren van een identiteit kan het representeren van een groep ook andere gevolgen hebben, zoals het verlenen van erkenning en de waardering van wederzijdse cultuur. Het gemeenschappelijke doel van musea kan zijn om mensen met elkaar te verenigen en zich meer te laten 'wortelen'; zich veiliger en zekerder te laten voelen.¹¹

Musea kunnen verschillende objecten gebruiken om aandacht te schenken aan identiteit. Kleding en textiel blijken uitgelezen vormen te zijn om daaraan uiting te geven. Kleding zit letterlijk heel dicht op de huid en laat duidelijk zien bij welke groep iemand hoort. Het feit dat een kledingstuk als de hoofddoek in Nederland, maar ook in de omliggende landen, zoveel stof doet opwaaien is daar een duidelijk voorbeeld van.

Het verzamelbeleid van het Amsterdams Historisch Museum richt zich op kleding en accessoires die verbonden zijn met Amsterdam: ontworpen en/of gemaakt door een Amsterdamse ontwerper, gekocht in een Amsterdamse zaak of gedragen door een Amsterdammer. Gezien het feit dat de demografische samenstelling van de bevolking in de naoorlogse periode sterk gewijzigd is, wordt er bij het eigentijdse verzamelen nadrukkelijk aandacht besteed aan de diversiteit van de huidige Amsterdamse bevolking. Het museum wil de geschiedenis van alle Amsterdammers in zowel tijdelijke- als permanente presentaties laten zien. In de afgelopen jaren zijn projecten gerealiseerd om voorwerpen te verzamelen speciaal van Amsterdammers van buitenlandse afkomst. In de collectie is bijvoorbeeld een Surinaams bruidspak en in 1992 een besnijdenspakje opgenomen. Deze pakjes zijn gedragen door Amsterdammers en vertellen iets van het hedendaagse Amsterdamse leven. Naar aanleiding van de tentoonstelling *Mijn hoofddoek* uit 2006 heeft het Amsterdams Historisch Museum een aantal hoofddoeken verworven. In het Fries Museum werd in 1997 een vergelijkbare tentoonstelling gehouden: *Sluiers en sjaals*, waar het ging om de vergelijking tussen de voormalige Friese streekdracht en de huidige kleding van moslima's. In *Sluiers en*

¹¹ Crooke 2007: 137.

sjaals werd zowel aandacht besteed aan Oosterse sluiers als aan Friese streekdracht en liet de bezoekers op deze manier zien dat Friese kleding ook zeer verhullend kon zijn.¹² Het Historisch Museum Rotterdam doet er eveneens alles aan om in zijn collectie de diversiteit van de bevolking te weerspiegelen. Zo richt het museum zich onder andere op de jongerencultuur van Rotterdam en op de straatcultuur. In het project *ROFFA 5314* (2007) werd onderzocht hoe jongeren in Rotterdam Zuid hun wijk representeren door middel van hun kleding of levensstijl. Met dergelijke projecten proberen musea de diversiteit van de bevolking te representeren en tegelijk een duidelijk signaal af te geven dat het museum ook van en voor de hele Rotterdamse bevolking is, hoe divers die ook is samengesteld (meer hierover in het volgende hoofdstuk).

Ten tweede is er het niveau van het museum. Ook op dit niveau blijkt mode een interessante 'identificer' te zijn om een museale identiteit te creëren, of met andere woorden om het 'corporate image' uit te dragen. Musea staan in toenemende mate onder druk om een groter en breder publiek aan te trekken. Als gevolg daarvan willen deze instellingen zich duidelijk profileren om de aandacht van de bezoekers te krijgen. Sommige musea doen dit door hun 'provinciale' karakter te onderstrepen. Andere doen dit juist door de klemtoon op het provinciale karakter in te ruilen voor een meer internationale oriëntatie. Maar wat hierbij opvalt, is dat de meeste musea met een collectie streekdracht hedendaagse mode gebruiken om zowel hun collectie als het museum zelf van hun stoffige en saaie imago te ontdoen.

Het Fries Museum heeft er duidelijk voor gekozen om de Friese identiteit naar voren te schuiven als het centrale element van zijn 'corporate image'. Het Fries Museum doet dit mede omdat 'Friesland' kan worden ingezet als merknaam. In 2012 opent het nieuwe Fries museum zijn deuren. In dit nieuwe museum wordt de Friese identiteit nog belangrijker. Dat wordt duidelijk bij de tweetaligheid van het museum. Behalve in het Nederlands worden alle beteksting, audiovisuele middelen, publieksbegeleiding en onderwijsprogramma's ook in het Fries aangeboden. Ook het gebouw is op Leeuwarden en Friesland gericht. Door het vele glasgebruik heeft de bezoeker vanuit het museum uitzicht over het plein en fungeert de bovenste verdieping als venster op de gehele stad. Zodoende wordt er een directe relatie gelegd tussen het Fries Museum en zijn omgeving. Dit zorgt voor een kenmerkende identiteit.¹³

Het collectiebeleid van de textiel en mode staat ook duidelijk in het teken van de Friese identiteit. Het museum verzamelt hedendaagse Friese mode, bijvoorbeeld van de Friese modeontwerpster Claudy Jongstra.¹⁴ Een van de oprichters van het Fries Museum,

¹² Gieneke Arnolli, interview, 6 oktober 2009.

¹³ Fries Museum 2007: 22-23; Fries Museum 2008: 8-9; Fries Museum 2009: 7-9; Gieneke Arnolli, interview, 6 oktober 2009.

¹⁴ Gieneke Arnolli, interview, 19 oktober 2009.

Joost Hiddes Halbertsma, verzamelde Friese klederdracht met als doel de Friezen zich bewust te maken van hun eigen erfgoed.¹⁵ Later is men met het verzamelen van kleding doorgegaan. Een verschil met vroeger is echter dat de kleding toen historisch moest zijn, terwijl nu ook hedendaagse Friese mode wordt verzameld. Ook in de tentoonstellingen wordt deze Friese identiteit uitgedrukt. Het museum wil de pracht en praal van het Friese verleden in beeld brengen en inzicht geven in de Friese cultuur door de eeuwen heen. Zo wordt er altijd uit de Friese collectie geput, en wordt er een verbinding gelegd met Friese onderwerpen zoals Friese merklappen en kant. Ook de eerder genoemde tentoonstelling *Sluiers en sjaals* (1999) ging over kleding en identiteit. *Mode op z'n Fries* (2000) behandelde een twee eeuwen lange geschiedenis van Friese kleding. Bij deze tentoonstellingen probeerde men de stereotiepe beeldvorming over het 'Friese kostuum' te doorbreken, door bijvoorbeeld te laten zien dat klederdracht niet onveranderlijk is.

De klemtoon op de Friese identiteit betekent echter niet dat het museum de mondiale context zou negeren. Onder het motto 'Friesland in de wereld en de wereld in Fryslân' probeert het museum zijn collectie te plaatsen binnen een ruimer perspectief. Zo wordt er bij de Hindelooper kamer en de sitsen zowel aandacht besteed aan het Friese als het mondiale aspect. Sits is stof die verwerkt wordt in de Friese rok en jak en maakt zodoende onderdeel uit van de Friese streekdracht, maar het is ook een handbeschilderde stof die uit India wordt geïmporteerd. Aan beide aspecten besteedt het Fries Museum aandacht.

Het Centraal Museum Utrecht is zich op dit moment aan het herprofilieren. Het museum wil de identiteit van de eigen stad onderstrepen door middel van het noemen van eigen sterke merken zoals Dick Bruna en Rietveld. Daarmee wil het een duidelijke positie innemen binnen het Nederlandse museumlandschap en de Collectie Nederland. Het museum is bijna twee eeuwen geleden begonnen als Utrechts stadsmuseum. De aandacht voor de stad wil het museum in de toekomst weer benadrukken. Dit komt onder andere naar voren in het recente collectiebeleidsplan en een bedrijfsplan uit 2008: 'Het Centraal Museum is een belangrijke pijler voor de ambities van de stad Utrecht (...) het Centraal Museum is geworteld in de Utrechtse samenleving en geeft er op verschillende manieren blijk van dat het die wortels koestert'.¹⁶

Het Groninger Museum heeft al langere tijd zijn provinciale karakter achter zich gelaten en ervoor gekozen om zich te profileren als een internationaal museum voor hedendaagse kunst. Het Groninger Museum is oorspronkelijk in de negentiende eeuw opgericht om het erfgoed van de provincie te conserveren. Het museum kende in die tijd een duidelijk provinciaal karakter, maar in de jaren zeventig van de vorige eeuw is hierin verandering gekomen. De nadruk is toen komen te liggen op eigentijdse kunst, en met de

¹⁵ Arnolli 1995.

¹⁶ Van de Werdt 2008.

komst van directeur Frans Haks in 1978 raakte dit in een stroomversnelling.¹⁷ De Groninger identiteit is sindsdien grotendeels verdwenen uit het museum. Er zijn nog wel onderdelen in de museumcollectie die sterk met Groningen te maken hebben - zoals het Werkman Archief, de Ploegcollectie en de Mesdagcollectie - maar de Groninger identiteit is niet meer het uitgangspunt bij het verzamelbeleid van het museum. Het Groninger Museum profileert zich als kunstmuseum; zowel nationale als internationale kunst wordt aangekocht en getoond. Bij het verzamelen van mode wordt evenmin gelet op de Groningse identiteit. Zo heeft het museum stukken aangekocht van de Rotterdamse ontwerpster Marga Weimans en het modeduo Viktor & Rolf. Maar ook kleding van de Tunesische ontwerper Azzedine Alaïa en de Turks-Cypriotische ontwerper Hussein Chalayan werden verworven. Het Groninger Museum is niet een museum dat zich wil profileren als regionaal museum; de Groninger identiteit wordt niet vooropgesteld.

Ook het Zuiderzeemuseum heeft de afgelopen jaren geprobeerd zijn geografische lokale verankering los te laten. Zo is het Zuiderzeemuseum in 1948 opgericht om de verdwijnende visserscultuur rond de voormalige Zuiderzee te conserveren. Het verzamelde onder andere kleding uit de periode tussen 1880 en 1932, het jaar waarin de Afsluitdijk tot stand kwam. Onder de vorige directeur, Erik Schilp, kregen design en contemporaine kunst meer aandacht dan de historische band met de regio. Een voorbeeld hiervan is de tentoonstelling *Gejaagd door de wind* (2009). In deze tentoonstelling werd getoond hoe hedendaagse mode en design zich laten inspireren door lokale streekdracht. Naar aanleiding van deze tentoonstelling heeft het museum een aanzienlijke hoeveelheid hedendaagse mode aangekocht, waaronder ontwerpen van Viktor & Rolf. Deze tentoonstelling had duidelijk als doel het Zuiderzeemuseum van een nieuw, hip, kosmopolitisch imago te voorzien. De tentoonstelling heeft inderdaad veel media-aandacht getrokken, maar ook kritiek was niet van de lucht. Niet iedereen was het eens met de manier waarop de 'historische collectie' in deze tentoonstelling werd ingezet, noch met de manier waarop de historische collectie als zelfstandige waarde naar de achtergrond werd verdrongen. Uit het interview met hoofd collectie en presentatie van het Zuiderzeemuseum, Kris Callens, blijkt dat de huidige directeur van plan is om veel meer een middenweg te bewandelen en wel degelijk de regionale cultuur en dus de historische collectie als uitgangspunt te blijven hanteren.

Een ander museum dat zijn provinciale imago wil afschudden en het een meer eigentijds karakter wil geven, is het Zeeuws Museum. Bij Zeeland denken de meeste mensen aan 'saaie' streekdrachten en het Zeeuwse meisje. Om dit stereotype te ontcrachten is er rond de heropening in 2007 een affiche gepresenteerd van een modern, roodharig Zeeuws meisje. Ook de streekdrachten krijgen een wat 'eigentijdser' karakter door ze op een heel andere wijze te presenteren dan vroeger. De verschillende drachten worden niet meer getoond op poppen, maar in een soort winkelatalages waarin verschillende kledingstukken

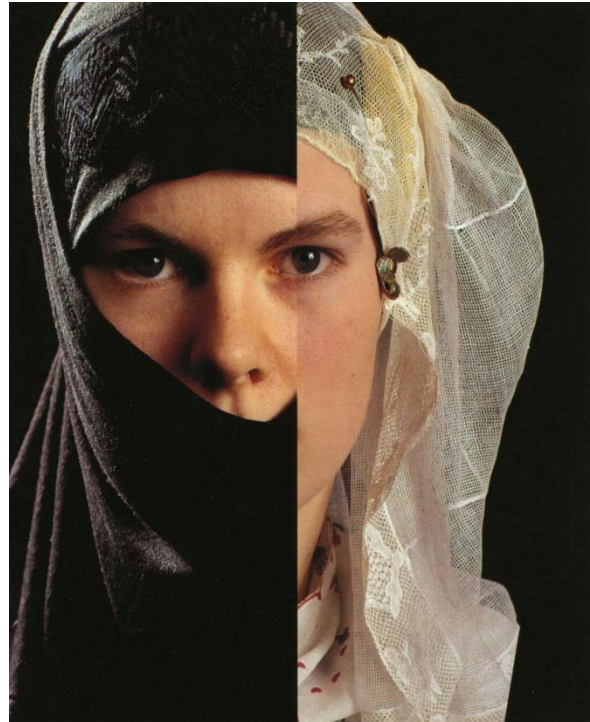
¹⁷ Kunst nu 1982: 3 en 106-107.

op een moderne manier worden gepresenteerd. De streekdrachten worden als mode getoond, om te laten zien hoe mooi en verfijnd de kledingstukken zijn. In modeshows worden ze gemixt met moderne kleding. Het Zeeuws Museum werkt op de modeafdeling samen met ontwerpers en modestudenten en geeft hen de vraag mee: 'Wat is de Zeeuwse identiteit?' Het gaat nog steeds om het Zeeuwse aspect, maar het verleden wordt nu duidelijk met het heden verbonden. Ook hierbij is een belangrijke doelstelling de collectie zo te presenteren dat zij mensen prikkelt en een inspiratie vormt voor ontwerpers en kunstenaars.

Engagement met de gemeenschap en de rol van de textielcollectie



ROFFA 5314
Rotterdams Historisch Museum (2009)



Sluiers en sjaals - Fries Museum (1999)

3. Engagement met de gemeenschap en de rol van de textielcollectie

De laatste tijd is er een tendens merkbaar waarbij musea zich uitdrukkelijk geëngageerd opstellen ten opzichte van de samenleving. Het begrip 'engagement' kan omschreven worden als het zich actief verhouden tot maatschappelijke kwesties. Wanneer wordt gesproken over engagement van musea met de gemeenschap gaat het om de betrokkenheid van musea met de samenleving, verschillende (sub)culturen en andere groepen. Specifiek gaat het om de manier waarop musea hun collectie en middelen inzetten om misstanden in de samenleving aan te kaarten, wederzijds respect te bevorderen tussen verschillende groepen en culturen, nieuwe bevolkingsgroepen bij het culturele leven betrekken én om de sociale cohesie in steden te versterken. Nederlandse musea lijken zich steeds meer bewust te zijn van hun positie in de maatschappij en hun capaciteit om samen met anderen maatschappelijke veranderingen te realiseren. Dit gaat gepaard met een toenemend verantwoordelijkheidsgevoel van musea. Musea lijken meer betrokken bij en scherper gericht op actuele gebeurtenissen en omstandigheden die waar te nemen zijn in de omgeving (microniveau) en in Nederland als geheel (macroniveau). Het engagement van musea met de gemeenschap sluit daarnaast goed aan bij de wens van musea om een breder publiek aan te trekken en hun drempel te verlagen.

De discussie omtrent de betekenis en rol van musea in de maatschappij manifesteerde zich vanaf de jaren negentig van de vorige eeuw in Groot-Brittannië en de Verenigde Staten en verspreidde zich vandaaruit over de rest van de westerse wereld. Vanaf dat moment verschenen er veel publicaties en beleidsplannen die de mogelijke positieve effecten van musea op de sociaaleconomische situatie van een land of bepaalde bevolkingsgroepen hebben beschreven.¹⁸ Musea werden omschreven als instituten die door middel van hun collecties en verhalen konden bijdragen aan een oplossing voor sociaaleconomische problemen als armoede, ongelijkheid, racisme, misdaad en het ontbreken van een groepsidentiteit. De (mogelijke) positieve sociaal-economische effecten vormen voor de culturele sector een extra bevestiging van zijn bestaansrecht en voor overheden de perfecte legitimering voor de subsidiëring van deze sector.¹⁹

Een recent uitgekomen publicatie over de rol van musea in de samenleving is het boek *Museums and Community: ideas, issues and challenges* van Elizabeth Crooke. Het boek gaat nader in op de complexe relatie tussen het museum, erfgoed en de gemeenschap. De fundering van een gemeenschap berust volgens Crooke op een gezamenlijke geschiedenis en identiteit, die door middel van objecten en verhalen worden verzameld, bewaard en geïnterpreteerd in musea. Musea spelen dus een belangrijke rol bij het creëren en

¹⁸ Voorbeelden van studies zijn: Hooper-Greenhill 1992; West/Smith 2005; Newman/McLean 2006; McPherson 2006 en Tlili/Gewirtz/Cribb 2007.

¹⁹ Belfiore/Bennett 2007: 137.

versterken van een gemeenschap. Anderzijds geeft de gemeenschap musea waardering en erkenning van hun bestaansrecht. Musea en gemeenschap zijn afhankelijk van elkaar en hun relatie wordt gekenmerkt door wederzijdse beïnvloeding. Crooke stelt dat musea altijd een connectie moeten hebben met het maatschappelijke veld om betekenisvol te zijn. Mensen geven waarde en interpretatie aan objecten en collecties; als een museum geen relatie heeft met de gemeenschap, zo stelt Crooke, dan zal het van weinig maatschappelijk belang zijn.²⁰

In haar artikel 'Het Amerikaanse museum als lid van de gemeenschap' beschrijft Anna Elffers hoe Amerikaanse musea in de praktijk een rol spelen in hun gemeenschap en hoe de verschillende groepen binnen die gemeenschap door musea bediend worden. Om engagement met de gemeenschap te ontwikkelen maken Amerikaanse musea gebruik van 'community outreach'. Met de term 'outreach' wordt bedoeld dat musea zich actief uitstrekken naar de verschillende groepen van hun gemeenschap. Veel outreachactiviteiten worden daarom in het bijzonder buiten de museummuren georganiseerd in buurtcentra, scholen en in de openbare ruimte. De meeste community outreachprogramma's richten zich op de niet-traditionele bezoekers van musea zoals de jeugd en etnische minderheden. Een belangrijke reden voor musea om aan community outreach te doen is volgens Elffers een betere aansluiting zoeken met deze bevolkingsgroepen, die normaal nauwelijks worden bereikt door musea. Door als museum een actieve positie in de gemeenschap in te nemen, worden niet alleen maatschappelijke doelstellingen nagestreefd maar worden tevens, zo benadrukt Elffers, niet-traditionele museumbezoekers enthousiast gemaakt voor culturele activiteiten.²¹

De laatste jaren is sprake van een toenemende belangstelling onder Nederlandse musea zich te engageren met de gemeenschap. De mate en wijze waarop is echter per museum verschillend. Maar uit ons onderzoek blijkt dat mode een geschikt medium is dat engagement gestalte te geven.

Het Historisch Museum Rotterdam (HMR) is een goed voorbeeld van een stadsmuseum dat er bewust voor kiest aansluiting te zoeken met de Rotterdamse gemeenschap. Het museum is voor en door Rotterdammers gemaakt en wil een actief onderdeel van de Rotterdamse samenleving zijn. Het HMR wil binnen Nederland een voortrekkersrol vervullen als het gaat om snel signalen uit de maatschappij op te pikken en deze te vertalen in interessante tentoonstellingsthema's.²² Een van hun meest succesvolle en inspirerende community outreachprojecten is *ROFFA 5314*. Het project werd in 2007 opgezet om aandacht te besteden aan de jongerenculturen in Rotterdam-Zuid. Het doel van het project is om de leefbaarheid en saamhorigheid in Zuid te verbeteren door elkaar kennis te laten maken met ieders cultuuruitingen. Daarnaast geeft het project de jongeren in Zuid

²⁰Crooke 2007: 131.

²¹Elffers 2000: 50-55.

²²Historisch Museum Rotterdam 2006: 4.

een podium om hun lifestyle te laten tonen, waarmee men hoopt de jongeren uit hun isolement te halen en hun een gevoel van trots te geven. De bezoekersaantallen vielen echter tegen. Dit had te maken met de locatie, die niet laagdrempelig genoeg was voor de jongeren.

In het project *ROFFA 5314* speelt kleding als uiting van cultuur en lifestyle een belangrijke rol. Het HMR heeft binnen dit project ongeveer 100 kledingstukken verzameld, die samen tientallen outfits vormen. Het project *ROFFA 5314* illustreert wat de rol en functie van de textielcollectie binnen community outreachprojecten kunnen zijn. Omdat het project *ROFFA 5314* ons erg aanspreekt willen we er hier ook wat dieper op ingaan.

Het HMR tracht met het project *ROFFA 5314* de jongeren in Rotterdam-Zuid te interesseren voor het culturele erfgoed en de geschiedenis van de stad.²³ Participatie en interactiviteit van de jongeren zijn daarom belangrijke pijlers binnen het project. Op verschillende manieren is geprobeerd de jongeren op Zuid te bereiken en aan te spreken. Zo werd het magazine *ROFFA 5314* opgericht en hebben er drie evenementen plaatsgevonden: twee keer een hiphopfeest en een keer een programma van sport en spel. Ook zijn er een website en een hyvespagina opgericht en promogirls uit de buurt ingezet om jongeren actief deel te laten nemen aan het project. Ten slotte was van eind mei tot half september 2009 in 't Gemaal en later in de A-locatie op Zuid een expositie georganiseerd met een registratie van alles wat er tot dan toe was verzameld, gecreëerd en georganiseerd. Community outreach werd niet alleen door middel van een expositie en evenementen bewerkstelligd, maar ook door het aanstellen van een wijkconservator in de Afrikaanderwijk om het materiële en immateriële cultureel erfgoed te onderzoeken dat door de geplande renovatie van de buurt verloren dreigde te gaan.

Als historisch stadsmuseum is het HMR goed te vergelijken met het Amsterdams Historisch Museum (AHM), dat zich ook richt op de bevolkingsgroepen en identiteit van de eigen stad. Net als het HMR zal het AHM zich in de toekomst steeds meer gaan bezig houden met experimenten in tijdelijke tentoonstellingen om de dialoog aan te gaan met het publiek. In zijn recente beleidsplan van 2009-2012 laat het AHM weten dat de medewerkers het museum steeds vaker zullen verlaten om de mensen in de stad te bereiken. Kleding en andere persoonlijke objecten worden binnen deze dialoog gebruikt om te communiceren. Een voorbeeld hiervan is de tentoonstelling *Couture locale. Amsterdamse mode 1950-2000* (2000-2001). Voor deze gelegenheid werd samengewerkt met leerlingen van modeopleidingen uit Amsterdam, die de wezenkastjes op de binnenplaats mochten vullen met hun eigen werk. Een heel andere uitwerking van dit beleid is de eerdergenoemde tentoonstelling *Mijn hoofddoek* uit 2006. Hier stonden de hoofddoekjes van Amsterdamse moslima's en de bijbehorende verhalen centraal. Het voornaamste verschil met de expositie van *ROFFA 5314* was dat de tentoonstelling *Mijn hoofddoek* plaats vond in het museum en niet in situ. De dialoog die het AHM aan wil gaan met de bezoeker en de gemeenschap is een

²³ Historisch Museum Rotterdam 2006: 3.

geleidelijke ontwikkeling die eind jaren negentig in het museum in gang is gezet. Deze ontwikkeling vond op hetzelfde moment plaats in het HMR, maar is de laatste drie à vier jaar geïntensiveerd.

Het Fries Museum heeft met de al meermalen genoemde tentoonstelling *Sluiers en sjaals* (1999) duidelijk de dialoog willen aangaan met de gevoeligheden die in de samenleving leven. Ook het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem wil zich nadrukkelijk richten op de Nederlandse samenleving. Het museum wil zich in de toekomst meer toeleggen op de positie van de 'Nieuwe Nederlander' binnen de Nederlandse cultuur, om zo meer begrip te kweken voor elkaars culturele achtergrond, normen en waarden. Het Tropenmuseum in Amsterdam is misschien wel het museum bij uitstek dat al jaren een belangrijke rol speelt in het multiculturele debat en zich inzet om wederzijds respect tussen verschillende culturen te bevorderen door presentatie, onderzoek en kennisuitwisseling. Door middel van zijn uitgebreide educatieprogramma hoopt het museum zijn jonge publiek niet alleen te leren over andere culturen, maar deze ook te respecteren en waarderen.

De recente community outreachprojecten laten zien dat Nederlandse musea de laatste jaren hun betrokkenheid met de gemeenschap hebben geïntensiveerd. Het HMR en het AHM zijn hier duidelijke voorbeelden van, maar ook het Nederlands Openluchtmuseum, en het Tropenmuseum hechten belang aan een handreiking naar de samenleving. Het Centraal Museum in Utrecht heeft eveneens aangegeven in de toekomst beter te willen aansluiten bij de gemeenschap. Zoals uit de beschreven voorbeelden naar voren komt, is de mate en manier van community outreach per museum verschillend. Maar het voornaamste belang van community outreach is voor alle musea gelijk: alle willen een grotere betrokkenheid realiseren met en voor de gemeenschappen te midden waarvan zij zich bevinden. Dat kleding hierbij als belangrijk instrument wordt ingezet is niet verwonderlijk: kleding spreekt mensen direct aan, is een bindmiddel en is een manier om een identiteit uit te dragen. Kleding is tevens voor iedereen toegankelijk en relatief eenvoudig te begrijpen. Het is hierdoor een ideaal middel om de gemeenschap te benaderen, aan te spreken en te verbinden met elkaar.

Edutainment



Gejaagd door de wind - Zuiderzeemuseum (2009)



The House of Viktor & Rolf - Centraal Museum (2008)

4. Edutainment

De term 'ter leering ende vermaeck', geeft duidelijk aan dat leren ook aangenaam kan zijn en dat beide aspecten van belang zijn wil het museum in de communicatie met de bezoekers slagen. Jan Verhaar en Han Meeter definiëren een tentoonstelling in *Project Model Exhibitions* als volgt: 'a mean of communication aiming at large groups of the public with the purpose of conveying information, ideas and emotions relating to the material evidence of man and his surroundings with the aid of chiefly visual and dimensional methods'.²⁴ Het gebruik van het begrip 'Edutainment' neemt tegenwoordig toe, waarmee gewezen wordt op het feit dat de educatie die musea bieden steeds meer op entertainment lijkt. Niet zelden klinkt de connotatie 'plat' entertainment door. Musea zouden in hun strijd om bezoekers de balans wel eens teveel laten doorslaan naar de kant van het vermaak. Daarbij wordt de educatie verwaarloosd. Ook ten aanzien van recente modetentoonstellingen was dergelijke kritiek wel eens te horen. Daarom hebben wij aan de conservatoren gevraagd hoe zij de balans zien tussen presentatie en educatie in de hedendaagse modetentoonstellingen.

Volgens textielconservator Sjouk Hoitsma van het Historisch Museum Rotterdam (HMR) is in de tentoonstellingen van het HMR over het algemeen een goede balans te vinden tussen 'lering' en 'vermaak'. Behalve deze twee punten vindt zij nog een derde aspect belangrijk, namelijk de bindende functie van textiel. Textiel kan mensen heel direct aanspreken omdat iedereen ermee te maken heeft. 'Binden en aanspreken is misschien wel de belangrijkste functie van de textielcollectie', aldus Hoitsma. Overigens verschilt het evenwicht tussen educatie en vermaak wel per tentoonstelling. In de tentoonstelling over uitgaanscultuur, *Now & wow exhibitionism* (2009), lag het zwaartepunt meer bij vermaak, terwijl bij de tentoonstelling over jongerencultuur *ROFFA 5314* (2009) het zwaartepunt juist lag bij het verhaal. Het HMR vraagt zich bij iedere tentoonstelling af welk verhaal het wil vertellen en op welke manier dit naar de buitenwereld gebracht moet worden. Het duidelijkste voorbeeld van het gebruik van 'lering en vermaak' in de opzet van tentoonstellingen is de tentoonstelling *Bloedmooi* (2008). De relatie tussen mens en dier en tussen dierlijkheid en schoonheid stond hierin centraal. De tentoonstelling was heel esthetisch opgezet en het doel was om mensen te raken en aan het denken te zetten over de dubieuze relatie tussen mens en dier zonder al te moraliserend te zijn.

Textielrestaurator Lisca Wurfbain van het Amsterdams Historisch Museum (AHM) en restaurator in opleiding Daphne Reijs geven het gebruik van de crinoline door de bezoekers als voorbeeld van hoe zij omgaan met de balans tussen educatie en entertainment. Tijdens de tentoonstelling *Rijk gekleed 1750-1914* (2005) kon de bezoeker een replica van een crinoline zelf aantrekken. Enerzijds kon men zo zelf beleven hoe het voelde om dit kledingstuk te dragen en daarbij leren hoe de crinoline het silhouet van het kostuum bepalend maakte, aldus kostuumconservator Annemarie den Dekker. Anderzijds is het aspect van entertainment te vinden in de actieve betrokkenheid van de bezoeker bij het

²⁴ Verhaar/Meeter 1989: 26.

onderwerp. Tevens werkt het AHM sinds de tentoonstelling *Couture locale* (2000) regelmatig samen met de vormgever Tatyana van Walsum, die al verschillende theaterproducties heeft voorzien van decors. Hiermee krijgen de tentoonstellingen in het AHM een andere invalshoek en was de tentoonstelling *Couture locale* erg op het visuele gericht. Hierbij moet vermeld worden dat in het AHM tentoongestelde objecten nooit op zichzelf staan; ze worden altijd ondersteund door andere objecten en/of teksten.

Met de uitgave *Kunst moet je voelen*, die hoorde bij de heropening van het Zeeuws Museum in 2007, wordt duidelijk gemaakt dat het museum een nieuwe weg in is geslagen. De nadruk in de tentoonstellingen wordt vooral gelegd op het esthetische aspect. Daarbij wordt streekdracht niet meer in eerste instantie op een historisch correcte manier gepresenteerd, maar als mode. Het ervaren van de tentoongestelde kleding heeft als doel dat de mensen de streekdracht beter bekijken en er meer van gaan genieten. Als gevolg van deze esthetiserende aanpak wordt er in tentoonstellingen bijna niet gewerkt met tekstbordjes. Informatie zal de bezoeker alleen krijgen via tentoonstellingscatalogi, workshops, rondleidingen en de museumwebsite. Ook het Centraal Museum kiest regelmatig voor een esthetische benadering. Een voorbeeld hiervan is de tentoonstelling *The House of Viktor & Rolf* (2008). Een historisch verhaal of een ontwikkelingsproces ontbrak in deze tentoonstelling; het verhaal werd voornamelijk verteld door de kleding zelf in plaats van door tekstborden. Op deze manier wordt de bezoeker gedwongen kritisch na te denken, zich een mening te vormen en zelf lering trekken uit de tentoonstelling. Deze esthetiserende aanpak werd ook gekozen in het Zuiderzeemuseum voor de tentoonstelling *Gejaagd door de wind* (2009). Tekst en uitleg op de bordjes waren minimaal.

Opvallend is dat musea met een historische collectie hedendaagse mode inzetten om de historische collectie voor het publiek aantrekkelijk te maken. Jonge ontwerpers of studenten wordt gevraagd een nieuwe collectie te ontwerpen en zich daarbij te laten inspireren door de historische collectie van het museum. Deze werkwijze is gebruikt door zowel Zeeuws Museum, het Zuiderzeemuseum, het Fries Museum alsook het Nederlands Openluchtmuseum. Zo kocht het Fries Museum werk van Claudy Jongstra en nam het Nederlands Openluchtmuseum moderne oorijzers op in de collectie.

Kostuumconservator Hanneke van Zuthem van het Nederlands Openluchtmuseum blijft het educatieve aspect van een tentoonstelling als hoogste prioriteit zien. Zij besteedt zowel bij het verzamelen als in haar tentoonstellingen veel aandacht aan de verhalen die bij de kledingstukken horen. Zij deinst er dan ook niet voor terug om in de exposities bij ieder tentoongesteld object tekstbordjes met achtergrondinformatie te plaatsten. Toch betekent dit alles niet dat zij de visuele aantrekkelijkheid uit het oog verliest. Een van de manieren waarop het museum probeert de tentoonstellingen zo esthetisch mogelijk te maken, is door gebruik te maken van een lichtontwerper. De kwetsbaarheid van textiel vraagt om een heel

specifieke belichting. Hier wordt van de nood een deugd gemaakt door aan de tentoonstelling een extra spannend effect te geven via speciale belichting.²⁵

Kostuumconservator van het Rijksmuseum, Bianca du Mortier vindt het voor haar tentoonstellingen van groot belang dat ze vermakelijk zijn. Een goede balans moet gevonden worden tussen het plezier van het kijken, en het verschaffen van de nodige inhoudelijke informatie. In de tentoonstelling *Fashion DNA* (2006) werd deze mix tot stand gebracht door het tegenover elkaar plaatsten van het heden en het verleden. Oude objecten werden gepresenteerd naast een hedendaags equivalent, waardoor vooral voor de jonge bezoekers duidelijk werd gemaakt wat het oude object inhield. Op deze manier verkrijgt de bezoeker informatie door te kijken. Du Mortiers ideale tentoonstelling is er een waarin de bezoeker wel leert, maar niet doorheeft dat hij veel informatie tot zich krijgt. Belangrijk hierbij vindt zij het bewegende beeld, waardoor dingen duidelijker worden gemaakt voor de bezoeker. Ze legt een verbinding tussen heden en verleden door in tentoonstellingen beelden op te roepen die dicht bij de mens staan, bijvoorbeeld door mode in combinatie met schilderijen waarop iemand de desbetreffende jupon aanheeft tentoon te stellen. Bij *Fashion DNA* werd ook een 'magalogue' gemaakt, een catalogus in de vorm van een glossy waarbij werd samengewerkt met redacteurs van modetijdschriften. Deze glossy werd via kiosken verspreid en bereikte een breed publiek.

Ook het Gemeentemuseum Den Haag besteedt bijzonder veel aandacht aan de presentatie van de tentoonstellingen. Mode is er, sinds het verdwijnen van de permanente opstelling, op twee verschillende manieren te zien. Ten eerste maakt mode deel uit van de educatieve tentoonstelling *Wonderkamers*. Deze *Wonderkamers* zijn speciaal ingericht voor jongeren tussen de dertien en achttien jaar, waarin is gekozen voor een thematische presentatie die uitgaat van visuele en associatieve interpretaties. Ten tweede zijn er ieder jaar tijdelijke modetentoonstellingen, waarin voortdurend andere invalshoeken gekozen worden. Het museum probeert elke keer weer aansluiting te vinden met de belevingswereld van de bezoeker en verhalen te vertellen die de eigen collectie in perspectief plaatsen en toegankelijk maken. Volgens kostuumconservator Madelief Hohé bestaat er zeker een trend om modepresentaties met veel theater te omringen. In deze lijn wordt ook in de modetentoonstellingen van het Gemeentemuseum Den Haag gewerkt met nadrukkelijke vormgeving. De tentoonstelling *Haagse hofmode* (2007) is hier een goed voorbeeld van. Hierin werd vanuit de modecollectie het persoonlijke verhaal van hofdame Henriëtte van de Pol verteld. Vooropgesteld wordt wel dat de vormgeving niet ten koste gaat van de inhoud, deze staat namelijk samen met de collectie op de eerste plaats. De vormgeving wordt als het ware om de inhoud heen ontworpen.

Het is opvallend dat alle musea in toenemende mate aandacht besteden aan de visualisering van de modetentoonstellingen. De tijd van de statische poppen in de vitrines is voorgoed voorbij. Decor- en lichtontwerpers, fotografen en vormgevers, soms de

²⁵ Hanneke van Zuthem, interview, 17 november 2009.

ontwerpers zelf hebben een belangrijke inbreng in de presentatie van de inhoud. Educatie en entertainment hoeven niet per definitie wederzijds uitsluitende categorieën te zijn. Maar het is duidelijk dat alle musea daar een eigen balans in proberen te vinden. Valerie Steele, directeur en hoofdcurator van het museum van het Fashion Institute of Technology in New York, benadrukt dat tentoonstellingen zowel informatief en leerzaam als mooi en vermakelijk kunnen zijn. Het één sluit het ander niet uit.²⁶

²⁶ Steele 2008.

Verdwijnen van permanente mode-expositieruimtes



Haagse hofmode – Gemeentemuseum Den Haag (2009)



Textiel uit Indonesië – Tropenmuseum (vaste opstelling 2002-2009)

5. Verdwijnen van permanente mode-expositieruimtes

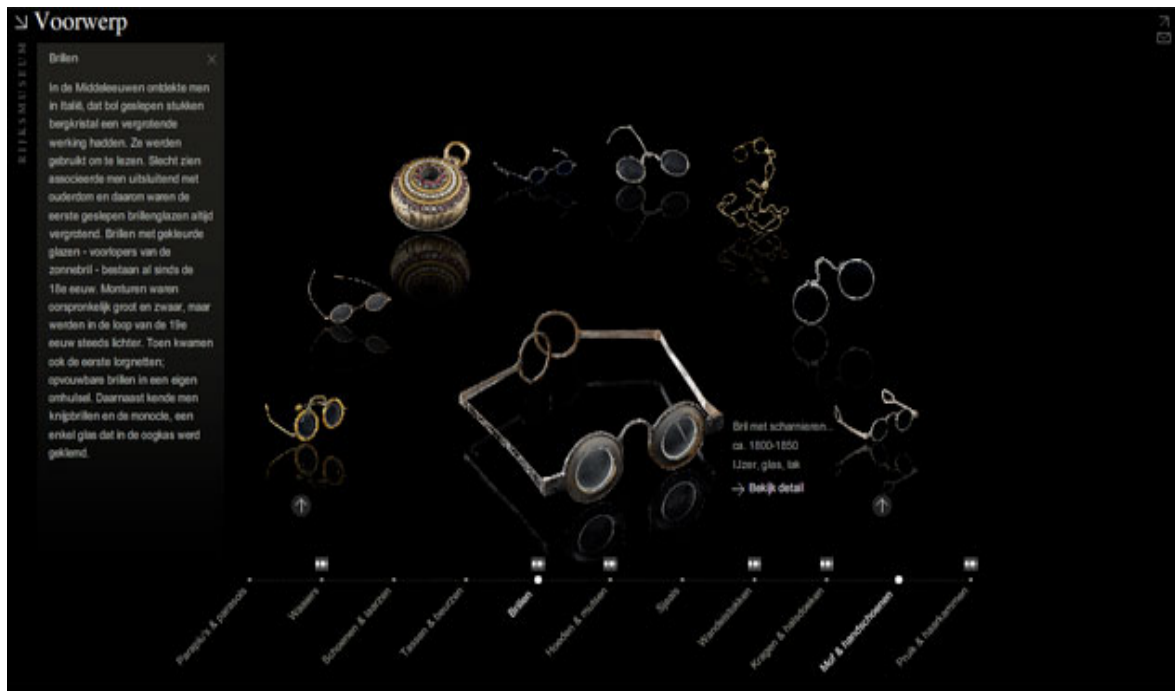
Zoals in de inleiding al is vermeld, lijken musea de laatste jaren in toenemende mate aandacht voor het fenomeen mode te hebben. In recent geopende tentoonstellingen als *The art of fashion* van Museum Boijmans van Beuningen uit 2009 en *Gejaagd door de wind* van het Zuiderzeemuseum uit hetzelfde jaar staat mode centraal. In een aantal gevallen trekken modetentoonstellingen een groot publiek en lijken hiermee goed in te spelen op de bredere aandacht voor mode in de samenleving. Logischerwijs zou je kunnen verwachten dat de toenemende aandacht voor mode in musea zou leiden tot een toename van de beschikbare ruimte voor mode. Dat is echter niet in elk museum het geval. Vaste opstellingen verdwijnen uit het museum, zonder dat er een vervangende ruimte voor terug komt. Het lijkt nogal paradoxaal dat er enerzijds een toenemende aandacht is voor mode in musea en er anderzijds vaste mode- en textielopstellingen verdwijnen. Toch blijken deze veranderingen niet per definitie negatief uit te pakken.

Het Tropenmuseum is een duidelijk voorbeeld van het feit dat opstellingen met betrekking tot mode verdwijnen, ondanks de interesse van de bezoekers. De permanente tentoonstelling *Textiel uit Indonesië* is recentelijk verwijderd om plaats te maken voor een educatieve ruimte. Tot op heden is er nog geen nieuwe ruimte voor de textielcollectie gekomen. Het verdwijnen van permanente tentoonstellingen betekent niet dat er geen aandacht meer is voor textiel en mode. Itie van Hout, textielconservator van het Tropenmuseum, richt zich meer dan ooit op hedendaagse mode-uitingen en andere nieuwe mogelijkheden. In ruil voor het verdwijnen van de permanente tentoonstelling kwam meer ruimte vrij voor hedendaagse mode in het museum.

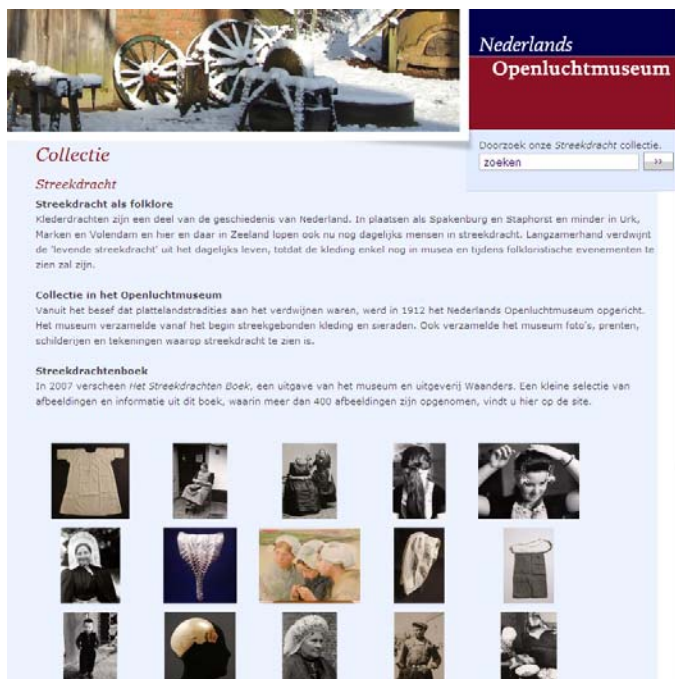
Ook in het Gemeentemuseum Den Haag is de permanente opstelling voor mode afgebroken om plaats te maken voor educatieve doeleinden. In het souterrain, voorheen *De Modegalerij*, bevindt zich nu de tentoonstelling *Wonderkamers*. De *Modegalerij*, waarin op permanente basis kleding werd tentoongesteld, heeft van 1998 tot 2004 bestaan. Doordat in deze galerij kleding werd opgesteld in vitrines, was er sprake van een statische inrichting. Sinds 2004 wordt de modecollectie in verschillende ruimtes door het gehele museum gepresenteerd en wordt er gewerkt aan een à twee grote modetentoonstellingen per jaar. De huidige tentoonstellingen worden dynamischer ingericht, door bijvoorbeeld mode samen op te stellen met andere kunstdisciplines. De tentoonstelling *Sixties (2007)* is hier een goed voorbeeld van. Hierin werd een tijdsbeeld van de jaren zestig gecreëerd door kunst, mode, design, film en fotografie samen tentoon te stellen. Bovendien wordt er steeds vaker samengewerkt met een vormgever, in het bijzonder Maarten Spruyt. Een voorbeeld hiervan is *Fashion NL: next generation (2006)*, waarin Spruyt samen met kunstenaar Kevin Power voor de vormgeving heeft gezorgd. De modecollectie zelf wordt sinds 2004 gepresenteerd in verschillende ruimtes door het hele museum. Tevens zijn er regelmatig grote modetentoonstellingen.

Alle textiel- en modeconservatoren van de Nederlandse musea zijn het erover eens dat mode aandacht verdient binnen de museale wereld. Een absolute noodzaak voor een vaste presentatieruimte zien zij echter niet. Tijdelijke tentoonstellingen en interdisciplinaire opstellingen kunnen ook aan de behoefte van mode in musea voldoen. Aangezien er op deze manier een meer dynamisch presentatiebeleid gevoerd kan worden bieden de tijdelijke tentoonstellingen vaak meer mogelijkheden dan de oudere, permanente opstellingen.

Digitale ontsluiting van mode- en kostuumcollecties



Accessorize! - Rijksmuseum (2008)



Site Nederlands Openluchtmuseum



Site het Geheugen van Nederland

6. Digitale ontsluiting van mode- en kostuumcollecties

ICT is tegenwoordig onlosmakelijk verbonden met musea. Kaartjes worden verkocht via het internet, nieuwsbrieven worden per email rondgestuurd en pc's zijn niet meer weg te denken uit de kantoren. De meeste musea hebben daarnaast geautomatiseerde registratiesystemen voor hun collecties. Dikwijls zijn de kostuums en modestukken digitaal gefotografeerd en worden deze afbeeldingen samen met de zakelijke informatie bewaard. Nieuwe media zijn niet alleen handig voor interne doeleinden als collectiemanagement, maar bieden ook nieuwe mogelijkheden in het benaderen van bezoekers en andere geïnteresseerden. Steeds vaker ontdekken musea dit: nieuwe media worden gebruikt in tentoonstellingen, musea maken 'vrienden' op sociale netwerksites en er is eigenlijk geen museum meer zonder een website.

Deze websites bieden een prachtige basis om de kostuum- en modecollecties te ontsluiten en online bijeen te brengen in een digitaal platform. Het online ontsluiten van de collecties zorgt ervoor dat je meer publiek kunt bereiken en potentiële nieuwe bezoekers aanspreekt en naar het museum trekt. Daarnaast maakt digitalisering van de stukken het mogelijk om deze permanent te presenteren. Dit is zeker van belang voor kostuumcollecties die vaak zo kwetsbaar zijn dat ze worden weggestopt in een depot. In gedigitaliseerde vorm kunnen de stukken permanent bekeken worden. De digitalisering van collecties heeft dan ook niet tot doel om het museum en de museumervaring te vervangen maar om deze aan te vullen; het authentieke object blijft belangrijk. Een digitale afbeelding bekijken op het web is en blijft een totaal andere ervaring dan een jupon uit de 18de eeuw van nabij zien.

Naast het aantrekken van nieuwe bezoekers en het toegankelijk maken van de objecten zelf, heeft digitalisering ook het voordeel dat kennis en informatie toegankelijker wordt voor een groot publiek en dat de collectie ingezet kan worden op vernieuwende manieren. De meeste musea hebben de eerste stappen gezet met het digitaliseren en invoeren in collectiemanagement systemen als Adlib en TMS. Een volgende stap zou het ontsluiten voor het grote publiek moeten zijn. Daartoe moeten wel nieuwe manieren gevonden worden, bestaande databases online ontsluiten is niet voldoende. Adlib is niet aantrekkelijk voor bezoekers en niet geschikt voor leken die meer algemene informatie willen weten over de mode- en kostuumcollectie. Adlib is bedoeld voor museumprofessionals en door het specifieke taalgebruik alleen goed bruikbaar voor deze specifieke groep. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de zoekmogelijkheden binnen de database: deze zijn afgestemd op- en vastgesteld door museumprofessionals. In het geval van Adlib is het alleen mogelijk om te zoeken via een zogenaamde 'velden'-zoekmachine. Zoeken kan bijvoorbeeld op een inventarisnummer, de ontwerper of het jaar van vervaardiging. Deze zoekmethode is niet gebruiksvriendelijk voor de gewone bezoeker omdat het publiek op een andere manier objecten benadert en beschrijft dan professionals. Bezoekers beschrijven objecten bijvoorbeeld aan de hand van emoties en kleuren terwijl professionals in termen

van techniek en vervaardigers denken, en zullen dan ook geneigd zijn om op deze manier te zoeken.²⁷

Een interessant project om de toegankelijkheid van collecties te vergroten is *Steve Museum*: een collectief project van museumprofessionals. Het is een project dat door middel van 'social tagging' de toegankelijkheid en participatie van het publiek probeert te vergroten. Het initiatief werd genomen nadat bleek dat dertig procent van de zoekopdrachten in de database van het Metropolitan Museum of Art, geen resultaten gaf. Social tagging geeft de bezoeker de mogelijkheid om eigen, persoonlijke labels te hangen aan een object. Een eeuwenoud korset met de labels '17de eeuw' en 'rijglifje' kan door de bezoeker ook het label 'oncomfortabel' krijgen. De vindbaarheid van de objecten wordt vergroot doordat zoektermen door lekengebruikers worden toegevoegd. Deze vorm van 'user generated content' geeft daarnaast ook inzicht in hoe bezoekers naar de collecties kijken.

In het online verkennen van de collectie kunnen andere, meer gebruiksvriendelijke ingangen aangeboden worden als thema, kleur, of een webtentoonstelling. Op deze manier kan beter worden aangesloten op de motivaties van verschillende bezoekers om een database te doorzoeken. Het Rijksmuseum heeft bijvoorbeeld de webexpositie *Accessorize!* (2008) gemaakt. Deze online-tentoonstelling laat bezoekers op een heel andere manier kennis maken met een deel van de kostuumcollectie dan zou gebeuren in een fysieke tentoonstelling.²⁸ Een belangrijk element in deze expositie is de mogelijkheid tot interactie en op verschillende manieren door de accessoirecollectie te navigeren. Dit is precies het kenmerk van digitale en online-ondernemingen: ze stimuleren in hoge mate publieksparticipatie en verhogen het 'contact' met de collectie.²⁹

Te vaak nog wordt er een letterlijke vertaalslag gemaakt van een papieren catalogus naar een digitaal equivalent.³⁰ Op deze manier wordt er geen recht gedaan aan de specifieke eigenschappen en mogelijkheden van het digitale en het internet. Het internet is levend en dynamisch, totaal anders dan een papieren catalogus die los van andere contextuele informatie wordt bewaard. Het internet is associatief, niet lineair, maar heeft een netwerkstructuur en is daarom zeer geschikt voor het conserveren van uiteenlopende soorten informatie over het gedigitaliseerde object. Dit vindt aansluiting bij het idee dat objecten verschillende en wisselende betekenissen kunnen hebben die naast elkaar kunnen bestaan; ook deze moeten geconserveerd worden.³¹ Daarnaast is het uitermate bruikbaar

²⁷ Chun 2009.

²⁸ <http://www.rijksmuseum.nl/formats/accessoires/>, Rijksmuseum, laatst bezocht 20 januari 2009.

²⁹ Parry/Arbach 2007: 283.

³⁰ Walsh 2009: 233.

³¹ Cameron 2009: 80.

voor musea die zich bijvoorbeeld richten op biografisch verzamelen zoals het Amsterdams Historisch Museum (AHM) en het Openluchtmuseum. Biografisch verzamelen is het verzamelen van voorwerpen van specifieke personen samen met de bijbehorende persoonlijke verhalen en informatie over de context waarin ze gebruikt werden. Het AHM pleit voor een multidisciplinaire en multimediale aanpak bij verzamelen in historische musea. Het voordeel is dat het gedigitaliseerde object ontsloten kan worden in de context van allerlei kennis, conserveringseisen en persoonlijke verhalen. Daarnaast kan ook andere informatie toegevoegd en bewaard worden, zoals de tentoonstellingen waarin objecten te zien zijn geweest, en de eerder genoemde 'user generated content'.

Wanneer het museum de bezoekers toestaat om zelf betekenislagen toe te voegen, zullen bezoekers eerder participeren dan wanneer een conservator blijft roepen dat hij de enige expert is. Juist mode prikkelt de bezoeker om zelf betekenislagen toe te voegen: het zit dicht op de eigen huid, de objecten kunnen herkenbaar zijn en iedereen heeft er een mening over. Dit betekent natuurlijk niet dat het belang van de conservator verdwijnt omdat iedereen eigen betekenissen toekent aan objecten. Het is de taak van de conservator om context te bieden voor interpretatie. Conservatoren hebben de verantwoordelijkheid om collecties werkelijk toegankelijk te maken. De rol van de conservator laat zich beter omschrijven als de expert die de kennis en ervaring heeft om relevante selecties te maken en context te bieden.³²

Het zou een mogelijkheid zijn om alle mode- en kostuumcollecties van Nederland digitaal te centraliseren in een online informatie- en kennispunt. Dit zou een verrijking zijn voor de Nederlandse wetenschappelijke ontwikkelingen op het gebied van mode en modetheorie, en een groter publiek bereiken dan alleen het eigen publiek van een museum. Juist musea beschikken over immens veel kennis die efficiënter gedeeld kan worden, onderling en met het publiek. Een digitaal modeplatform kan zich profileren als modekenniscentrum en permanent de aandacht vestigen op mode en de talrijke prachtige mode- en kostuumcollecties die nu te vaak aan het oog onttrokken zijn. Naast de digitale mode- en kostuumcollecties kunnen andere gerelateerde objecten geplaatst worden op het platform, zoals relevante literatuur en tentoonstellingen die op hun beurt weer gekoppeld kunnen worden aan de objecten, conservatoren, museale collecties enzovoorts. De mogelijkheden in een dynamisch netwerk zijn eindeloos.

De musea met mode- en kostuumcollecties moeten hun handen ineenslaan en een startpunt worden voor wetenschappelijk onderzoek naar mode- en kostuums. De website www.aziatischekeramiek.nl is een goed voorbeeld van de wijze waarop verschillende musea hun krachten digitaal bundelen. Het Geheugen van Nederland laat eveneens goed zien hoe een digitaal Nationaal Modemuseum zou kunnen functioneren. Wanneer kennis gecentraliseerd is, wordt het delen hiervan ook makkelijker. Modecollecties zullen zich beter kunnen profileren en gemakkelijker kennis kunnen uitwisselen met buitenlandse

³² Cameron/Robinson 2007: 80.

modemusea. Daarnaast zou een digitaal modeplatform het perfecte startpunt zijn voor modeonderzoekers en studenten en anderszins geïnteresseerden. Een digitaal platform kan op deze manier een uniek wetenschappelijk kennispunt zijn voor en over mode, over de geschiedenis en vooral ook de toekomst. Tot slot zou een digitaal modeplatform een serieuze basis bieden voor de ontwikkelingen naar een fysiek Nationaal Modemuseum. In het volgende hoofdstuk worden de mogelijkheden en implicaties van een Nationaal Modemuseum uiteengezet.

Nationaal Modemuseum



Delftsblauwe stof

7. Nationaal Modemuseum

Op dit moment wordt er onder andere door Premsele, platform voor design en mode, en verschillende Nederlandse musea nagedacht over permanente aandacht voor mode in Nederland. Een belangrijk aspect daarvan is de ontwikkeling van een nationaal presentatiepunt voor mode. De focus hierbij ligt op de vraag of een dergelijk presentatiepunt in de vorm van een fysiek museum ontwikkeld moet worden of een ander karakter moet krijgen. De interesse in een mogelijk Nationaal Modemuseum kan worden gezien in het kader van de toenemende aandacht voor mode in musea. Deze discussie is niet nieuw. Al in de jaren vijftig werden de eerste ideeën geopperd met betrekking tot de totstandkoming van één mode- en kostuumcollectie. Er werd zelfs een collectie aangekocht van de particuliere verzamelaar Cruys Voorbergh, die als basis moest dienen voor het Nederlands Kostuummuseum.³³ Het plan vond geen doorgang, en de aangekochte collectie kwam terecht in het Gemeentemuseum Den Haag, dat lange tijd werd gezien als het nationale modemuseum van Nederland. Op instigatie van Sjarel Ex, toenmalig directeur van het Centraal Museum, werd in de jaren negentig opnieuw uitgezocht of er een nieuwe vorm van samenwerking tussen musea met kostuumcollecties mogelijk was. Het voorstel tot een nieuw 'Nationaal Presentatiepunt voor Mode en Kostuums' was echter omstreden.³⁴

De vraag rijst of een Nationaal Modemuseum nu wel haalbaar is. Het bijeenbrengen en ontsluiten van de verschillende collecties zou namelijk voor het publiek een meerwaarde kunnen hebben.

De behoefte bestaat alle mode- en kostuumcollecties te ontsluiten, waardoor het voor het publiek en de professionals duidelijk wordt wat Nederland te bieden heeft op het gebied van mode in musea. Daarbij wordt er de behoefte aan permanente aandacht binnen musea voor het onderwerp mode geuit, iets wat Nederland momenteel mist. Geen van de Nederlandse musea houdt zich namelijk structureel bezig met het verzamelen en presenteren van mode.³⁵ Toch zijn de conservatoren van de betreffende collecties sceptisch over het ontwikkelen van een Nationaal Modemuseum. De meest gehoorde kritiek tegen een Nationaal Modemuseum is het samenbrengen van de meest uiteenlopende collecties onder één dak. Veel conservatoren zijn bang hun collecties te moeten 'opofferen' aan een centraal modemuseum. In een dergelijk museum schuilt het gevaar dat verschillende visies moeten plaatsmaken voor één gezamenlijk doel en missie, en dat terwijl de verschillende invalshoeken in de huidige musea goed tot uiting komen. Hierbij speelt de angst van de

³³ Breukink-Peeze 1995.

³⁴ Ibidem.

³⁵ José Teunissen, interview, 30 november 2009.

musea de collecties kwijt te raken en alleen nog maar als depot voor het Nationaal Modemuseum te dienen, ook een rol.³⁶

Wel is er een aantal keer geprobeerd de collectiemobiliteit onderling te vergroten. De verschillende collecties zouden al meer tot hun recht komen wanneer musea vaker (langdurige) bruiklenen aan elkaar zouden geven. Op die manier komen stukken ook op plaatsen waar ze eerder niet te zien waren, wat weer meer publiek kan trekken.³⁷ Dit zou in een centraal gelegen museum kunnen plaatsvinden. Gedacht kan worden aan het Centraal Museum of het Gemeentemuseum Den Haag.³⁸ Maar zelfs wanneer de collecties in bezit blijven van de betreffende musea, zal het gevoel bestaan de eigen collectie te moeten beschermen. Daarentegen kan wat collectiemobiliteit betreft ook gedacht worden aan reizende overzichtstentoonstellingen die een doorsnee laten zien van de verschillende collecties. Premisela heeft deze ambitie al eerder geuit met betrekking tot grote Nederlandse modetentoonstellingen, die ook de wereld over zouden kunnen gaan.³⁹ Dit kan in het kader van globalisering een middel zijn om Nederland als modeland te profileren.

Een andere optie, die overigens aansluit op het profileren van Nederland als modeland, kan het oprichten van een nieuw museum zijn, een museum dat zich vanaf heden bezig gaat houden met het structureel aankopen en presenteren van actuele mode.⁴⁰ Inspiratie voor een dergelijk museum is het Modemuseum (MoMu) in Antwerpen, dat in het centrum van de modewereld van Antwerpen staat met een collectie kostuums en werk van hedendaagse Belgische ontwerpers. Het museum laat afwisselend thematentoonstellingen zien waarbij de collectie op verschillende manieren wordt ingezet. Op deze manier wordt er in België continu hedendaagse mode getoond.

Een argument tegen het stichten van een Nederlands modemuseum is de relatieve nabijheid van het MoMu. Het Nederlands modemuseum kan dit ondervangen door zich exclusief te richten op Nederlandse ontwerpen, eventueel in internationale context, om op die manier toch genoeg onderscheidend te zijn van het MoMu.

Ondanks de scepsis en de angst voor dergelijke plannen wordt er wel degelijk nagedacht over mogelijke andere oplossingen om alle mode- en kostuumcollecties te ontsluiten. Een veel gehoorde optie voor het bijeenbrengen van de collecties is het samenstellen van een digitale verzameling. Alle musea lijken dit een zeer waardevolle manier te vinden om de collecties samen te laten komen. Zoals in het vorige hoofdstuk reeds werd aangegeven,

³⁶ Gieneke Arnolli, interview, 19 oktober 2009.

³⁷ Madelief Hohé, interview, 3 december 2009.

³⁸ Gieneke Arnolli, interview, 19 oktober 2009.

³⁹ Teunissen 2008: 173.

⁴⁰ José Teunissen, interview, 30 november 2009.

biedt een digitale plek verschillende voordelen. Zo kan het ten eerste voor de conservatoren en andere professionals als middel dienen om inzicht in andere collecties te krijgen. Daarnaast kan het voor het publiek een mogelijkheid zijn te zoeken naar dat waar het geïnteresseerd in is en te kijken waar het betreffende stuk zich bevindt. Ook vanuit een internationaal perspectief gezien heeft een digitaal modemuseum met een Nederlandse collectie grote meerwaarde. De collectie wordt op die manier ook voor wetenschappers en andere geïnteresseerden van buiten Nederland toegankelijk.⁴¹ Er hoeft dan niet eerst via afzonderlijke sites gezocht te worden.

In eerste instantie wordt gedacht aan een digitale database om in de verschillende collecties te kunnen zoeken. Het maken van deze database is een zeer tijdrovend proces, er zullen goede foto's gemaakt moeten worden en verschillende registratiesystemen moeten worden overgenomen en samenkomen in een helder systeem. Wanneer de collecties samengebracht zijn, zal deze basis vele mogelijkheden bieden.⁴² Er kan een digitaal presentatiepunt komen, waarbij de objecten op associatieve wijze gepresenteerd worden. Gedacht kan worden aan een website zoals die van *Accessorize!* van het Rijksmuseum, waar objecten gegroepeerd zijn op kleur of functie maar ook op tijd en periode. Het Digitale Modemuseum moet een *Accessorize!* in het kwadraat worden, met verschillende associaties, informatielagen en andere mogelijkheden. Op deze manier vormt het dus een uitstekend alternatief voor een fysiek modemuseum.

⁴¹ Ninke Bloemberg, interview, 11 november 2009.

⁴² Errol van de Werdt, interview, 30 november 2009.

Conclusie

Uit de behandelde trends is af te leiden dat er veel veranderingen gaande zijn op het gebied van mode in musea. Zo worden permanente tentoonstellingsruimtes afgestaan voor andere doeleinden waardoor modetentoonstellingen een meer tijdelijk karakter krijgen. Hierdoor wordt echter wel de mogelijkheid gecreëerd om nieuwe onderwerpen en invalshoeken in tentoonstellingen te gebruiken. De fysieke tentoonstellingsruimtes blijken wel altijd een probleem bij het inrichten van tentoonstellingen. Niet alleen de afgebakende ruimte, maar ook de mogelijkheden met belichting spelen mee in de overwegingen die een conservator dient te maken bij het opstellen van een collectie.

Binnen de tentoonstellingen spelen kruisbestuivingen een grote rol. Veel musea laten niet alleen kleding zien, maar combineren deze bewust met andere gebruiksvoorwerpen, multimedia of kleding uit verschillende perioden om een zo breed mogelijke context te creëren voor de bezoeker. De diversiteit van de tentoonstellingen hangt echter wel af van de verschillen in collecties van de musea. Om musea de kansen te bieden dergelijke interdisciplinaire tentoonstellingen te maken wordt er daarom gepleit voor meer collectiemobiliteit.

Veel musea leggen zich in toenemende mate toe op het presenteren van verschillende (sub-)culturen. De aandacht voor culturen die speelt in de politiek en onder de Nederlandse bevolking, wordt door musea opgepikt. De identiteit en plaatsgebondenheid van een museum speelt hierbij een bepalende rol. Zo zal het Nederlands Openluchtmuseum of Museum Boijmans van Beuningen anders omgaan met de positie van verschillende subculturen dan het Amsterdams Historisch Museum of Historisch Museum Rotterdam. Het presenteren van verschillende culturen kan leiden tot wederzijds begrip bij de bezoeker, en dit lijkt voor veel musea een doorslaggevend argument te zijn om zich hiermee bezig te houden.

Documentatie speelt een grote rol bij alle musea, en is dan ook een landelijk verschijnsel. Verschillende conservatoren laten de documentatie van stukken zwaarder wegen bij het opstellen van een tentoonstelling, of het opnemen van objecten in de collectie zelf, dan het visuele genot dat een stuk zou kunnen bieden. Mode wordt door alle conservatoren wel gezien als kunstvorm bij uitstek die een bezoeker kan aanspreken en raken. Elk museum is ontstaan vanuit een andere visie, en sommige musea zijn meer plaatsgebonden dan andere. Hierdoor ontstaat een verschil in collectie- en presentatiebeleid. Aan de ene kant staan musea die bewust hedendaagse mode of haute couture verzamelen en tentoonstellen, en aan de andere kant die musea die meer affiniteit hebben met historische kostuum- of streekdrachtcollecties, waar minder plaats is voor jonge Nederlandse ontwerpers.

In presentatietechnieken wordt constant gezocht naar nieuwe manieren om kleding zo goed mogelijk te presenteren. Poppen komen nog wel voor, maar in mindere mate en het statische, onveranderbare van kleding lijkt voorgoed te zijn afgeschud door musea. De

benaderbaarheid van kleding, het levende aspect en de combinatie van licht en moderne media is voor alle musea van belang in het opstellen van een tentoonstelling. Aantrekkingskracht op het publiek wordt net zo belangrijk als het educatieve aspect van een tentoonstelling.

Digitalisering is een trend waar alle musea op dit moment actief mee bezig zijn. De nieuwe media hebben een plaats verworven binnen musea en het actief gebruik van internet door bezoekers dwingt musea mee te gaan met de technologische ontwikkelingen. Om een overzicht te krijgen van alle in Nederland aanwezige mode- en kostuumcollecties zal een gemeenschappelijk systeem moeten worden ontwikkeld, waardoor verder onderzoek naar mode makkelijker zal worden. Toch moet hier een onderscheid gemaakt worden tussen meer historisch georiënteerde streekdrachtcollecties en modecollecties die voornamelijk uit werk van hedendaagse ontwerpers bestaan. In het verlengde hiervan staat de haalbaarheid van een Nationaal Modemuseum ook ter discussie.

Alle conservatoren zien de voordelen van een gecentreerd punt van waaruit men onderzoek kan doen naar de verschillende collecties en de ontwikkeling van mode in Nederland. Het struikelblok met betrekking tot een Nationaal Modemuseum zit hem dan ook niet zozeer in de wil tot het realiseren van een centraal punt van oriëntatie, maar de variatie in de verschillende bestaande collecties. Elk museum heeft een andere visie met betrekking tot het collectiebeleid en niet iedereen juicht bij het idee van een Nationaal Modemuseum zoals dat op dit moment wordt voorgesteld.

Kortom, mode in musea is constant in beweging, zoekt aansluiting bij actuele ontwikkelingen binnen de samenleving en fungeert als platform voor (sub)culturen. Deze actualiteit heeft zowel betrekking op de Nederlandse cultuur als op ontwikkelingen binnen presentatietechnieken. Elk museum heeft daarbinnen ook te maken met het eigen beleid dat wordt gevoerd. Zo zal een streekgebonden museum minder snel het contact met de directe omgeving opgeven ten behoeve van een meer nationaal georiënteerde tentoonstelling. In het verlengde hiervan is het realiseren van een centraal punt voor documentatie van mode, naast gedigitaliseerde collecties van elk museum afzonderlijk, een initiatief waarbij veel musea zich zouden willen aansluiten. De realisatie van een Nationaal Modemuseum lijkt op dit moment echter niet mogelijk. Conservatoren zien op dit moment meer nadelen dan voordelen in een fysiek modemuseum, als het gaat om de eigen collectie. De prioriteit van de eigen collectie staat momenteel nog boven die van een apart museum waarin delen van alle collecties zullen worden getoond. Een digitaal platform waarop alle collecties uit Nederland toegankelijk zijn is een mogelijk alternatief.

Dankwoord

Graag willen wij de volgende mensen bedanken:

Ellinoor Bergvelt en Christine Delhaye voor het organiseren en begeleiden van de onderzoeken.

Alle (oud)conservatoren die hun kennis en enthousiasme met ons hebben willen delen:

Gieneke Arnolli, Fries Museum

Ninke Bloemberg, Centraal Museum

Kris Callens, Zuiderzeemuseum

Annemarie den Dekker, Amsterdams Historisch Museum

Linda Hanssen, Wereldmuseum Rotterdam

Madelief Hohé, Gemeentemuseum Den Haag

Sjouk Hoitsma, Historisch Museum Rotterdam

Itie van Hout, Tropenmuseum

Ad de Jong, Nederlands Openluchtmuseum

Karina Leijnse, Zeeuws Museum

Bianca du Mortier, Rijksmuseum

Trudie Rosa de Carvalho, Nationaal Museum Paleis Het Loo

Mirjam Shatanawi, Tropenmuseum

José Teunissen, ArtEZ

Sue-An van der Zijpp, Groninger Museum

Hanneke van Zuthem, Nederlands Openluchtmuseum

Jacoba de Jonge, voor het inspirerende bezoek aan haar huis en verzameling

Iedereen die wij hebben mogen interviewen voor de onderzoeken

Esther Muñoz Grootveld voor het contact met Prensela

En alle andere mensen die een bijdrage hebben geleverd.

Onderzoekswerkgroep Signalelementen 2009/2010

Denise de Boer
Sarah Dekker
Mijke Derksen
Debora Dieleman
Marlyn van Gool
Anne Haasjes
Sophie Heijkoop
Lotte van Helvoort
Ernestine van Herwerden
Carli van de Kerkhof
Catharina Koerts
Karin Kosman
Marjolein Lammerts van Bueren
Heleen van der Peet
Richard Sandbrink
Liza Scholte
Christa Scholten Meilink Lenferink
Amy Stenvert
Tessel Vleeskens
Rixt Wieringa
Sjoerd Woltjer

Literatuurlijst

Anderson 2000

Anderson, F. 'Museums as Fashion Media'. In: S. Bruzzi en P. Church Gibson (red.). *Fashion Culture. Theories, Explorations and Analysis*. Londen/New York 2000: 371-389.

Arnolli 1995

Arnolli, G. 'Gedenkstenen aan de tanden des tijds ontruikt. De kostuumverzameling van het Fries Museum'. In: *Kostuumverzamelingen in beweging. Twaalf studies over kostuumverzamelingen in Nederland & Inventarisatie van het kostuumbezit in Nederlandse openbare collecties*. Zwolle 1995: 65-77.

Belfiore/Bennett 2007

Belfiore, E. en O. Bennett. 'Rethinking the social impacts of the arts'. In: *International Journal of Cultural Policy* 13 (2007): 135-151.

Breukink-Peeze 1995

Breukink-Peeze, M. 'Inleiding'. In: *Kostuumverzamelingen in beweging. Twaalf studies over kostuumverzamelingen in Nederland & Inventarisatie van het kostuumbezit in Nederlandse openbare collecties*. Zwolle 1995: 7-11.

Cameron/Kenderdine 2007

Cameron, C. en S. Kenderdine (red.). *Theorizing Digital Cultural Heritage*. London 2007.

Cameron/Robinson 2007

Cameron, F. en H. Robinson. 'Digital Knowledgescapes: Cultural, Theoretical, Practical, and Usage Issues Facing Museum Collection Databases in a Digital Epoch'. In: Cameron, C. en S. Kenderdine (red.). *Theorizing Digital Cultural Heritage*. London 2007: 165-191.

Cameron 2009

Cameron, F. 'Collections, Documentation and Shifting Knowledge'. In: Parry, R. (red.). *Museums in a digital age*. Londen 2009: 80-95.

Campbell 1993

Campbell, C. 'Understanding traditional and modern patterns of consumption in eighteenth-century England: A character action approach'. In: J. Brewer en R. Porter (red.). *Consumption and the world of goods*. New York 1993: 40-58.

Chun 2009

Overheard at the Museum 2.0. Keynote lezing Susan Chun, Dish: Rotterdam. 8 december 2009.

Crooke 2007

Crooke, E. *Museums and community: ideas, issues, and challenges*. Londen/New York 2007.

Delhaye 1993

Delhaye, C. *Mode geleefd en gedragen. Een sociologie van het dagelijks leven*. Leuven 1993.

Delhaye 2007

Delhaye C. 'De moderne consumptiehabitus: een rustloze zoektocht naar de laatste nouveauté's, 1880-1920'. In: *Textielhistorische Bijdragen* 47 (2007): 64-78.

Elffers 2000

Elffers, A. 'Het Amerikaanse museum als lid van de gemeenschap'. In: *Museumvisie* 24:1 (2000): 50-55.

Fries Museum 2007

Jaarverslag 2006, Fries Museum, Leeuwarden, 2007.

Fries Museum 2008

Jaarverslag 2007, Fries Museum, Leeuwarden, 2008.

Fries Museum 2009

Jaarverslag 2008, Fries Museum, Leeuwarden, 2009.

Historisch Museum Rotterdam 2006

Historisch Museum Rotterdam. *Het collectieplan van het Historisch Museum Rotterdam 2006-2009* versie 26 maart 2006.

Hooper-Greenhill 1992

Hooper-Greenhill, E. *Museums and the Shaping of Knowledge*. London 1992.

Kostuumverzamelingen 1995

Kostuumverzamelingen in beweging. Twaalf studies over kostuumverzamelingen in Nederland & Inventarisatie van het kostuumbezit in Nederlandse openbare collecties. Zwolle 1995.

Kunst Nu 1982

Kunst nu: kunst van nu in het Groninger Museum: aanwinsten 1978-1982. Groningen 1982.

McPherson 2006

McPherson, G. 'Public memories and private tastes: The shifting definitions of museums and their visitors in the UK'. In: *Museum Management and Curatorship* 21:1 (2006): 44-57.

Nederlands 1989

Het Nederlands Museum van de 19^e eeuw, utopie of werkelijkheid. Amsterdam 1989.

Newman/McLean 2006

Newman, A. en F. McLean. 'The impact of museums upon identity'. In: *International journal of heritage studies* 12:1 (2006): 49-68.

Parry 2009

Parry, R. (red.). *Museums in a digital age*. Londen 2009.

Parry/Arbach 2007

Parry, R. en N. Arbach. 'Localized, Personalized, and constructivist: A Space for Online Museum Learning'. In: Cameron, C. en S. Kenderdine (red.). *Theorizing Digital Cultural Heritage*. London 2007: 281-298.

Steele 2008

Steele, V. 'Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition'. In: *Fashion Theory* 12:1 (2008): 7-30.

Teunissen 2008

Teunissen, J. 'Modecollecties in Nederland'. In: M.R. Hermans e.a. (red.) *Voor de eeuwigheid? Over collectiebeleid in Nederland*. Rotterdam 2008: 166-177.

Tlili/Gewirtz/Cribb 2007

Tlili, A., S. Gewirtz en A. Cribb. 'New Labour's socially responsible museum'. In: *Policy Studies* 28:3 (2007): 269-289.

Verhaar/Meeter 1989

Verhaar, J. en H. Meeter. *Project Model Exhibitions*. Leiden 1989.

Verstraete/Lütticken 2009

Verstraete, G. en S. Lütticken. 'Inleiding'. In: *Kunstlicht: kunstgeschiedenis en interdisciplinariteit* 30:3/4 (2009): 10-13.

Walsh 2009

Walsh, P. 'The Web and the Unassailable Voice'. In: Parry, R. (red.). *Museums in a digital age*. Londen 2009: 229-236.

Van de Werdt 2008

Werdt, E. van de. *Collectiebeleidsplan 2009-2013*, jaargang 0, Utrecht: Centraal Museum 2009; Centraal Museum Utrecht. *Museum- en Bedrijfsplan 2008-2010 (2018)*, uitgebreide herziene versie ten behoeve van Raadscommissie MO, Utrecht 2008.

West/Smith 2005

West, C. en C.H.F. Smith. "'We are not a Government poodle": Museums and social inclusion under New Labour'. In: *International Journal of Cultural Policy* 11:3 (2005): 275-288.

Williams 1982

Williams, R.H. *Dream Worlds. Mass Consumption in Late-Nineteenth Century France*. Berkeley/Los Angeles 1982.

Websites

Groninger Museum, <http://www.groningermuseum.nl/index.php?id=1358>. 30 november 2009.

Rijksmuseum *Accessorize!*, <http://www.rijksmuseum.nl/formats/accessoires/>. 20 januari 2010.

Interviews

Gieneke Arnolli, interview, 6 oktober 2009.

Gieneke Arnolli, interview, 19 oktober 2009.

Ninke Bloemberg, interview, 11 november 2009.

Madelief Hohé, interview, 3 december 2009.

José Teunissen, interview, 30 november 2009.

Errol van de Werdt, interview, 30 november 2009.

Hanneke van Zuthem, interview, 17 november 2009.

Verantwoording afbeeldingen

1. Kruisbestuivingen en interdisciplinariteit

Groninger Museum, *Groninger dracht en Viktor & Rolf*. Zie: <http://www.groningermuseum.nl/index.php?id=1214>. 21 januari 2010.

2. Identiteit in het museum

Amsterdams Historisch Museum, *Mijn hoofddoek*. Uit: Jaarverslag Amsterdams Historisch Museum 2006: 7.

Zeeuws Museum, *Zeeuws meisje*. Zie: <http://www.8weekly.nl/artikel/images/art/6474-2.jpg>. 21 januari 2010.

3. Engagement met de gemeenschap en de rol van de textielcollectie

Rotterdams Historisch Museum, *ROFFA 5314*. Zie: <http://www.roffa5314.nl/digitale-expositie>. 21 januari 2010.

Fries Museum, *Sluiers en sjaals*. Uit: scan folder tentoonstelling.

4. Edutainment

Zuiderzeemuseum, *Gejaagd door de wind*. Zie: <http://www.dagieweg.nl/img/dagieweg/gejaagd-door-de-wind-nettenboeters-7713.jpg>. 21 januari 2010.

Centraal Museum, *The house of Viktor & Rolf*. Zie: <http://www.premsele.org/images/2007/01182.png>. 21 januari 2010.

5. Verdwijnen van permanente mode-expositieruimtes

Gemeentemuseum Den Haag, *Haagse hofmode*. Zie: <http://www.maartenspruyt.com/exhibitions/hofmode.html>. 27 januari 2010.

Tropenmuseum, *Textiel uit Indonesië*. Zie: <http://collectie.tropenmuseum.nl/notherMedia.asp?ccid=T386¤t=7&Steps=7>. 27 januari 2010.

6. Digitale ontsluiting van mode- en kostuumcollecties

Rijksmuseum, *Accessorize!* Zie: <http://www.rijksmuseum.nl/formats/accessoires/index.jsp>. 21 januari 2010.

Collectie Nederlands Openluchtmuseum. Zie: <http://www.openluchtmuseum.nl/collectie&sub=5>. 26 januari 2010.

Het geheugen van Nederland. Zie: http://www.uba.uva.nl/cache/56AF6C67-1321-B0BE-A4CA2D6D97FF72C1.FOTO_IN.jpg. 26 januari 2010.

7. Nationaal Modemuseum

- Delftsblauwe stof. Zie: http://www.destoffenkraam.nl/nieuw_delftsblauw.html. 25 januari 2010.