

Museumconcept - Bokrijk

Aantal overwegingen:

- * Op niveau van personeel
 - Het is niet mogelijk al de huisjes samen de hele dag open te houden, beperkt personeel. Belangrijk is dus een optimale bezetting.
 - Het is niet mogelijk alle informatie via medewerkers en gidsen over te brengen
 - Seizoensmedewerkers bevestigen op dit ogenblik het oudbollig imago.
- * Op niveau van programmatie:
 - locaties voor collectiepresentatie
 - locaties voor verlevendiging en ambachten
 - locaties voor educatieve werking, o.m. huisklassen
 - locaties voor evenementen
- * Op niveau van museumwerking
 - groot aantal programma's maar te weinig duidelijke en coherente visie
 - geen duidelijk geografisch en historisch kader
 - Mensen hebben nood aan een duidelijk beeld van Bokrijk en zij stellen graag een bezoek samen naar eigen behoefte en interesse.
 - Een andere benadering en ontsluiting van het museum dankzij nieuwe ontwikkelingen op vlak van digitale communicatiemedia. Een museumbenadering en een nieuwe museuminhoud is noodzakelijk om ten volle gebruik te kunnen maken van de nieuwe digitale media.
 - Op het vlak van collectie: de ervaring van de bezoekers dat er te veel eenheid, te weinig verschillen en te weinig herkenbaarheid is. Het is bovendien onmogelijk al de huisjes historisch correct aan te kleden. Een groot aantal objecten kan, ten gevolge van het huidige museumconcept, niet worden tentoongesteld.
 - Positieve reactie van de bezoekers op verlevendiging, acteurs, tentoonstellingen
 - Wetenschappelijke opdracht

Conceptuele bedenkingen:

Los van deze overwegingen is het belangrijk dat wij aan een museum werken dat tof is om te zien, om te beleven. Dit is trouwens een belangrijke voorwaarde om de mensen te overtuigen het museum te bezoeken. Daarom moeten wij ons afvragen 1. Wat wij op inhoudelijk vlak belangrijk vinden dat de mensen mee naar huis nemen en 2. Welke media daarvoor het meest aantrekkelijk en geschikt zijn om dit te doen

*** Inhoudelijk**

- Wij bewaren erfgoed
- Het historisch en geografisch besef: noteer dat nog nooit zoveel boeken over geschiedenis werden verkocht als de laatste jaren!
- Ecologie: hoe gaat de mens om met de natuur, met zijn omgeving, met de wereld. Dit is een kenmerk van de agrarische maatschappij. Van Groen tot Gaia. Dit is één van de belangrijkste thema's in het maatschappelijk debat!
- Hoe leefden de mensen? Van werken tot vrije tijd? De eerste migratie en de voorzichtige stappen naar de multiculturele wereld.
- Het optrekken van de tijdslijn
- Dringend komaf maken met de romantisering van het dagelijkse leven!!!
- Nood aan een totaalconcept

*** Media**

- Een nieuwe look, een nieuwe dynamiek
- Een nieuwe benadering van de museumgebouwen
- Een presentatieruimte voor tijdelijke tentoonstellingen
- Een integratie van het depot en de depotcollectie in de museale werking
- Een nieuwe benadering van de signalisatie: een nieuwe stijl
- Een nieuwe benadering van het personeel: seizoensmedewerkers zijn niet langer alleen gepensioneerd en zij worden gekleed in eigentijdse mode
- Nieuwe media

Voorstel:

1. Een nieuwe benadering van de museumgebouwen

* Museumhuizen

Dit zijn de inhoudelijk dragende museumgebouwen, met een gedetailleerd uitgewerkte presentatie van objecten, die allemaal goed zijn gedocumenteerd. Hiervoor worden bij voorkeur die gebouwen genomen waar meer informatie over kan worden verzameld, en die duidelijke verschillen kunnen laten zien (context, herkomst, bewoners, enz...). Hierin wordt ook het concept van Wellens en Weyns bewaard. Er zijn geen vreemde elementen aanwezig. De museumhuizen zijn steeds van 's morgens tot 's avonds open en bemand.

Voorbeelden zijn de Wellenshoeve, de Kilbershoeve, de Breughelhoeve, de Contzenwinning, enz.

* Belevingshuizen

Dit zijn de museumgebouwen waar de acteurs in aanwezig zijn en de ambachten plaatsvinden. Deze locaties worden specifiek aangekleed. In de huizen voor evocaties wisselt het meubilair naar gelang het thema. In de huizen met een ambacht wordt het betreffende ambacht ook geïllustreerd. Belangrijk is dat enerzijds deze ambachters goed kunnen vertellen, maar ook dat de ruimte voldoende groot is (bv. Chocolatier - chocoladevormen, koekenplanken, enz.). Hieraan kunnen eventueel ook handelsactiviteiten worden verbonden (bakker, fotograaf). De belevingshuizen zijn enkel open als de betrokken acteurs of ambachters aanwezig zijn.

Voorbeelden zijn Wortel (fotograaf en chocolatier), Hoogstade (bakker), wagenshob van Kallo (wagenmaker)

* Actiehuizen

Dit zijn huizen waarin allerhande activiteiten plaatsvinden: educatieve activiteiten, evenementen, de herbergen, enz. Sommige actiehuizen kunnen permanent worden opengesteld zonder toezicht (bv. schuur van Mol-Sluis). Andere doehuizen worden enkel geopend wanneer zij in gebruik zijn (bv. doehuizen voor leerklassen). Eventueel kunnen bepaalde doehuizen ook thematisch worden aangekleed (bv. herberg de Kleinaert als duivenlokaal).

Voorbeelden zijn poortgebouw van Heers (herberg links - museumwinkel rechts), Mikke van Lo (volksspelen), volkssportenshuur, enz..

* Tentoonstellingen

Er is nood aan een tentoonstellingsruimte. Bovendien is er nood aan ruimte voor het optrekken van de tijdslijn. Tenslotte is er nog steeds geen concrete invulling voor de oude stad.

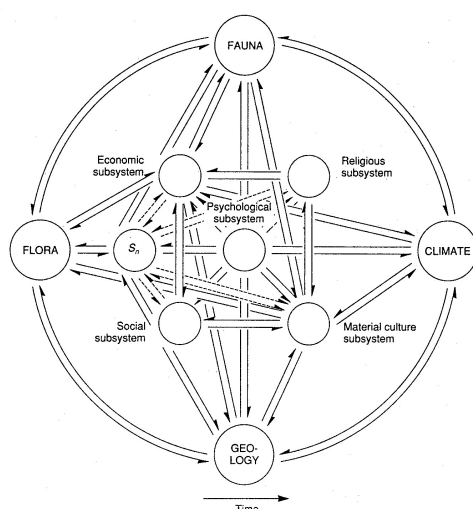
Voorstel: afwerken van de oude stad in functie van tijdelijke tentoonstellingen en optrekken van de tijdslijn. De stad heeft het grote voordeel dat de site niet is opgenomen in Bokrijk als beschermd monument. Bovendien is voor vele bezoekers de stad een deel van het museum. Tenslotte vraagt dit voorstel minder investeringen voor het optrekken van de tijdslijn en is er geen directe ingreep in het huidige museumkarakter nodig. Dit moet perfect mogelijk zijn.

* Depot

Het concept van het depot voorziet een beperkte publiekssontsluiting. Deze publiekssontsluiting staat in het teken van de problematiek van cultureel erfgoed en is bijgevolg objectgericht.

2. Een nieuwe benadering van de museuminhoud

De Engelse archeoloog D. Clarke ontwikkelde een systemisch model voor het analyseren van menselijke



gemeenschappen uit het verleden in relatie tot hun natuurlijke omgeving. Hij onderscheidt een socio-cultureel systeem en een ecosysteem. Het socio-cultureel systeem is onderverdeeld in een economisch subsysteem, een sociaal subsysteem, een materieel subsysteem, een religieus subsysteem en centraal het psychisch subsysteem dat in zekere zin de menselijke geest vertegenwoordigt. De menselijke geest zelf staat voor creativiteit, dynamisme, ondernemingszin, ... Het ecosysteem bestaat uit de andere socio-culturele systemen, de fauna, de flora,

de geologie en het klimaat. Het socio-cultureel systeem en het ecosysteem staan in relatie tot elkaar en maken deel uit van een omvattend systeem, namelijk het milieusysteem. Waarom is dit systemisch model zo belangrijk? Het materiële subsysteem staat voor artefacten in de ruimste betekenis van het woord. Het staat voor al de voorwerpen die het gevolg zijn van het menselijk handelen. Dit kunnen zowel woningen, als kleding, gebruiksvoorwerpen of kunstwerken zijn. In de systeemanalyse van Clarke wordt de betekenis van al die voorwerpen, zowel historisch en symbolisch als utilitair, behandeld alsof zij afgestemd zijn op één uiteindelijk doel, met name het functioneren van individuen en groepen in een samenleving. Dit betekent ook dat ieder object, dat het resultaat is van een menselijk handelen en waarvan de context is bekend, kan worden bevraagd. Inderdaad stelt het systemisch model van Clarke ons in staat een grote hoeveelheid van gegevens en waarnemingen te ordenen, te structureren, binnen relaties te plaatsen, te analyseren en te interpreteren. Centraal in de interpretatie staat het functioneren van het individu of de groep in de gemeenschap. Een context kan worden opgebouwd.

Het modale gebruiksobject bezit uit zichzelf geen eigen betekenis. In feite kan men stellen dat objecten op zich minder belangrijk zijn dan de culturele context waarin ze ontstonden, waarvan ze de exponent zijn. Het project moet er op gericht zijn die context te 'reconstrueren' en het object hierin een plaats te geven. Zonder contextgegevens, die het mogelijk maken het object te benoemen, te interpreteren en te plaatsen in een groter geheel, blijft het een inert, stom voorwerp. Een object heeft nood aan een context waardoor de bezoeker een correcte waarde aan dit object kan toekennen. Objecten moeten dus worden geplaatst in relatie tot het menselijk denken en handelen en onthullen hun informatie slechts volledig wanneer zij worden geplaatst in relatie tot hun natuurlijke omgeving. Zij zijn tekens van techniek, gewoonten, gedrag, ... en scheppen de mogelijkheid bijzondere inzichten te verwerven in processen van ontwikkeling, transformatie en cultuurexpressie van een volledige bevolking. Uiteindelijk betekent dit dat de museologische waarde van objecten wordt bepaald door de contextinformatie die met betrekking tot de objecten aan de bezoekers kan worden verschaft.

Bovendien mogen objecten niet geïsoleerd worden beschouwd, maar moeten zij worden gezien in relatie tot andere objecten. Objecten zijn in het dagelijkse leven vaak een onderdeel van objectclusters. P. Van Mensch spreekt in relatie hiermee van een synecologische benadering. Een dergelijke benadering heeft tot doel het potentieel aan informatie, dat een museumobject bezit, in zijn totaliteit aan te boren. Om die reden wordt in het kader van het Zuikerkerkeproject bijzondere aandacht geschonken aan de informatie over de objecten.

3. Integratie van de nieuwe media

Een goede integratie van de nieuwe media biedt het voordeel dat een volledig nieuw totaalconcept aan de bezoeker kan worden aangeboden. Door het gebruik van de digitale media wordt het mogelijk de nieuwe benadering van de museuminhoud en de nieuwe benadering van de gebouwen in een totaalconcept aan te bieden waarbij de bezoeker kan uitpikken wat hij wenst. Dit totaalconcept wordt bepaald door de nieuwe media die de nieuwe inhoud samen met de gebouwen, collecties en bestaande programma's dragen.

Het museum kan worden bezocht als museum. Het museum kan worden bezocht met een gids of een audiogids. Hierin verandert er niets. Wel bepleiten wij op dit niveau een nieuwe huisstijl. Bokrijk wil immers van zijn oudbollig imago af. En één van de kernelementen hierin is de huisstijl. Gelet op de noodzaak om de teksten in het museum te vervangen, is het zinvol deze huisstijl, of de afwezigheid hiervan in vraag te stellen. Deze huisstijl heeft betrekking op de totale presentatie van het Openluchtmuseum als product: bewegwijzering, drukwerk, lettertype, kledij, seizoensmedewerkers, enz.

In feite moeten wij meedelen dat voor de bezoeker een goed alternatief programma ter beschikking ligt en dat hiervoor de nieuwste communicatietechnologie beschikbaar staat. Die communicatietechnologie laat een gepersonaliseerd bezoek toe. Hij kiest voortdurend wat hij wil zien, in welke volgorde en welke informatie hij hierover wenst. Via de media kan hij ook de verschillende museuminhouden doorlopen.

Hoe? Best moet de bezoeker vóór dat hij het museum binnenstapt reeds kunnen kennismaken met de mogelijkheden van de digitale media en de nieuwe inhoud door bijvoorbeeld een bezoek voor te bereiden via :

- Internet: virtueel interactief bezoek aan het Openluchtmuseum
- Plaatsen van digitale dragers : digitale zuilen aan de kassa, in de speeltuin, in de uitbatingen (voorbeelden waarop bv. de kinderen reeds kunnen bezig zijn terwijl ouders aanschuiven en betalen).

Bezoekers moeten de geschiedenis in zekere mate kunnen beleven. Deze beleving kan gebeuren op diverse manieren, door het volgen van themawandelingen, door de verlevendiging, door actieve participatie in het gebeuren. In dit laatste kunnen de digitale media een zekere rol spelen. Stemmen, muziek, dans en film kunnen perfect worden geïntegreerd. Op dit ogenblik is het niet mogelijk al een concrete keuze te maken van de specifieke digitale media of om een definitieve structuur te ontwerpen die op de totaliteit toepasbaar is. Voorstel is daarom ten eerste goed

nadenken over de museuminvulling en de museuminhouden, afbakening van de budgetten en de omvang van het project.