

Een museum voor mensen over mensen

Het is nog niet eens zo lang geleden dat musea hun werk deden zonder ooit een beleidsplan te hebben opgesteld. In de jaren tachtig begonnen overheden daar echter naar te vragen. Museumbeleid moest een onderdeel van het cultuurbeleid worden. Het Zuiderzeemuseum heeft nu het plan voor de komende jaren gepubliceerd onder de titel 'een museum voor mensen over mensen'.

In 1995 schreef de staatssecretaris van cultuur een nota over de uitgangspunten van zijn beleid voor 1997-2000. Culturele instellingen werden uitgenodigd op basis hiervan hun eigen beleidsplannen te schrijven. Die plannen vormen de voeding voor het overheids-cultuurbeleid en geven er tevens handen en voeten aan.

Het Zuiderzeemuseum publiceerde zijn plannen in 'Een museum voor mensen over mensen'. Het stuk beschrijft de doelstelling, visie en missie van het museum, de strategie en doelen, die daarbinnen gesteld worden, en de positie die het Zuiderzeemuseum in het museumbestel en in de maatschappij dient in te nemen. Een tweede deel geeft een uitvoeringsplan op de terreinen collectiebeleid, publieksbeleid, dienstverlening en voorlichting en bedrijfsvoering. Tot slot is er een meerjarenbegroting. Over dit beleidsstuk vraagt het ministerie advies bij de recent ingestelde Raad voor de Cultuur. Ondertussen zit het museum niet stil: er wordt een nieuw ondernemingsplan opgesteld en een marktplan. De verschillende afdelingen stellen hun jaarplannen 1997 op, waarin voor de eerste maal invulling wordt gegeven aan het nieuwe beleid.



Wellicht denkt u nu: 'de museumstaf ziet maar hoe ze haar bedrijf runt, wat merk ik ervan als bezoeker?' Uiteraard is dit een hamvraag. De missie van het museum formuleert nu een heider antwoord, waaraan u ons de komende jaren mag houden. Het Zuiderzeemuseum is een museum voor mensen over mensen. Mensen van nu worden in staat gesteld zich in te leven in mensen van vroeger. Zowel bij de huidige generaties als bij de vroegere generaties gaat het om brede lagen van de bevolking in een spanningsveld van traditie en verandering. Voorwaarde om deze doelstelling te realiseren, is optimale communicatie



naar de bezoekers toe door onder meer een uitgekende publieksbegeleiding. Die zal bezoekers in staat stellen op basis van de eigen voorkeur en interesse hun museumbezoek in te vullen. Zo komt het museum tegemoet aan de wensen van onze geïndividualiseerde maatschappij. De beleving van het verleden is niet langer, zoals bij het ontstaan van openluchtmusea aan het

begin van onze eeuw, een kwestie van gemeenschappelijkheid, gericht op nationaal besef. Tegenwoordig bepaalt het individu zelf zijn plaats in de maatschappij, zijn bijdrage aan onze samenleving en aan de toekomst. De individualiserings-tendens van het

museumbezoek staat overigens niet geheel vast. De recente aan Van Gogh, Rembrandt, Mondriaan

en dit jaar aan Vermeer gewijde megatentoonstellingen collectiviseren het museum voor honderdduizenden bezoekers. Maar tevens mythologiseren zij deze grote schilders. Voor het kunstmuseum, waarin de esthetiek een grote rol speelt, is dat wellicht geen bezwaar. Een cultuurhistorisch museum moet het verleden echter ontmythologiseren. Dan kan het niet anders zijn dan 'een museum voor mensen over mensen'.

Robert Zijp