

RIEMER KNOOP

## Archeologie, publiek en de toekomst

Hoe verhouden archeologie en publiek zich straks tot elkaar? Ik zie drie trends: de tegenstelling archeologie-publiek verandert, de archeologie moet en zal op zoek gaan naar professionele vertellers, en de komst van nieuwe media zal de archeologie op zijn kop zetten.

### Voorbij archeologie en publiek

Begin jaren negentig ging de archeologische monumentenzorg in Nederland op de schop. Langzamerhand was duidelijk geworden dat de traditionele manier van zich met archeologie bezighouden niet altijd tot de gewenste resultaten leidde. Wat was dat traditionele paradigma dan? Studie, opgraving en buitengewoon ruime overdenking, het liefst in de eigen binnenkamer, incidenteel gevolgd door wetenschappelijke, zelden populaire publicatie. Dat werd niet meer gepikt. Niet omdat we er zelf zo ongelukkig van werden, maar omdat de vraag veranderde. Er werd een maatschappelijke context duidelijk waarin een toenemende behoefte ontstond aan resultaten: 'Wat doen al die archeologen toch, kunnen wij er misschien ook van genieten?' De relatie tussen archeologie en publiek werd geïmpliciteerd: Archeologie en Publiek. Dat is zoiets als Kerk en Samenleving, Vrouw en Werk, Ouders van Nu. Het eigene staat voorop, in antithese met waar het problematisch mee geconfronteerd wordt. Hoe verhoudt archeologie zich, werd er vanuit de vakwereld gevraagd, met haar publiek? Vanuit die vraag ontstonden rond 1990 allerlei grote en kleine bewegingen om die kloof te overbruggen, zoals de Vereniging Archeologie en Publiek, en ook het Archeologisch Informatie Centrum. Dat ging een tijdje goed, maar beide zijn inmiddels verleden tijd. Betekent dat dat ze roemloos gefaald hebben? Ik denk het niet.

De tweepolige oppositie heeft misschien zijn langste tijd wel gehad. In de moderne erfgoedzorg is het niet meer aan de archeologen om publieksvriendelijke dingen over zichzelf en hun mooie werk te roepen. De archeologische monumentenzorg is veeleer opgegaan in een groter maatschappelijk geheel van planologie en ruimtelijke ordening, onder democratische aansturing en controle. Ik zie nu een drievoudige polariteit. De opdrachtgever van noodzakelijk onderzoek, preventief of curatief, stelt eisen aan het resultaat. Niet alleen dat dat fatsoenlijk en financieel inzichtelijk wordt uitgevoerd, maar ook dat hij of zij er zelf iets van begrijpt, en er mee kan showen in gemeenteraad, op verjaardagen en partijtjes en bij kopers van VINEX-woningen.

Wat daarachter zit is zowel een volwassenwording van het vak archeologie zelf als een rijping van de samenleving.

Archeologen begrijpen meer en meer dat ze deel uitmaken van een breed proces van kennen en doorgronden van ruimte en tijd. Ze staan daarmee in dezelfde hoek van de samenleving waar zich de milieuzorg, het weer en meer esoterische zaken als ufologie bevinden. Iedereen heeft tegenwoordig verstand van smaakverbetersaars, depressies bij de Azoren en KGB-complotten, is mijn indruk. Het kan ook zijn dat ikzelf wat ouder word, maar zelfs met die aftrek blijft er wat over. De wereld van vandaag is flink onttoverd. Wat vroeger voorpaginanieuws was heeft nu zijn eigen, welbegrepen plaats. Archeologie hoort er gewoon bij, maar is niet wereldschokkend meer. In 1990 mocht ik niet zelden horen dat de grootste strijd die archeologen moesten leveren de ontworsteling uit de 'Pardon, neem me niet kwalijk dat ik besta'-houding was. Dat hebben we nu wel gehad, kijkend naar het aantal gemeenten met een eigen archeologische dienst, en naar de vanzelfsprekendheid die de samenleving tegenwoordig aan culturele wortels, erfgoed, identiteit en historische verscheidenheid schenkt. Vandaar ook het logische proces van samenwerking van de Stichting voor de Nederlandse Archeologie met tal van andere cultuurhistorische organisaties in een heus Erfgoedhuis. Vandaar ook dat archeologie niet langer als lastige *conditie* maar meer en meer als *kansrijke inspiratie* bij de inrichting van toekomstig Nederland wordt gevoeld. Het openingscongres van het Archeologisch Diensten Centrum eind vorig jaar was er zelfs geheel aan gewijd. Die kans moet de archeologie overigens wel zelf oppakken. Niet door vreselijk in de bekende binnenkamer z'n best te gaan doen, maar door klantgericht samen te werken met opdrachtgevers en afnemers. Dat is heel wat anders dan aanbodgericht je *eigen* producten promoten.

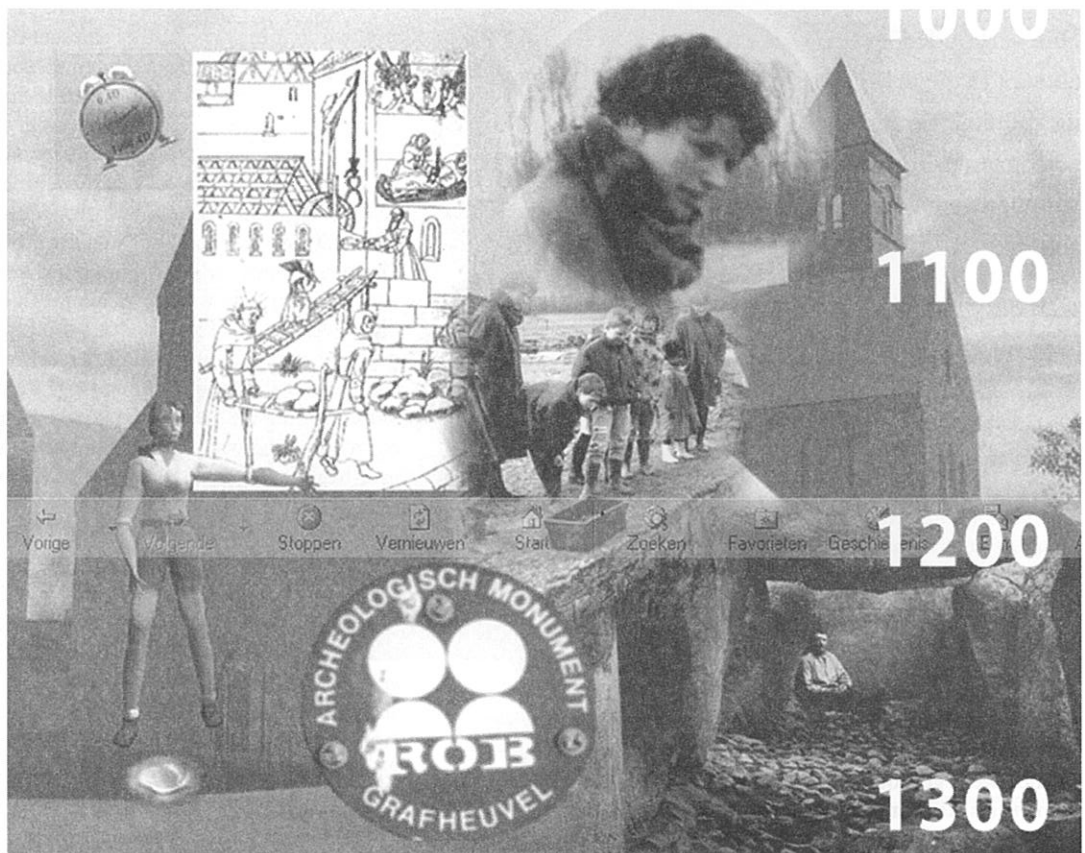
### Goede Verhalen

De tweede trend die ik zie is dat de wereld rondom de archeologie niet zozeer de *facts & figures* wenst te vernemen, en al helemaal niet alles, als wel Goede Verhalen. Maar wat zijn dat?

Wat het niet is, is wel duidelijk: een huisplattegrond, een boomstam of een donk. Dat moeten zijn: het *eerste* huis uit de Bronstijd, de *oudste* kano van Nederland en een *unieke* oevernederzetting in de moerasdelta die ons land vroeger was. Of uitwerkingen van gelijke strekking die onmiddellijk de bredere context van het belang van vondsten en vindplaatsen aangeven, en aansluiten bij de kennis en verwachtingen van de toehoorder. Dat vergt communicatieve en retorische kwaliteiten die in archeologenland niet altijd even dik zijn gezaaid. Het getuigt van volwassenheid je daarin bij te laten staan door professionals, dan wel je er flink rekenschap van te geven dat externe communicatie gewoon een vak is. De wel eens gehoorde tegenwerping dat het de buitenwereld vooral zou gaan om de persoonlijke bevoegenheid van de onder-

zoeker is waar maar niet relevant. Wanneer die onderzoeker namelijk zeer bevlogen is, maar overigens onbegrijpelijk of anderszins onaangenaam, ben je nog niet waar je wezen wilt. De boodschap is dan: 'Kijk eens wat een vermakelijke gek ik ben!' De bevlogenheid is dus een voorwaarde, maar bepaald niet de enige. Klaas Wilting, voorlichter van de Amsterdamse politie, is toch waarachtig meer dan alleen bevlogen? Goede Verhalen leveren wel weer een probleem op. Waar vind je die? Ik herinner me historisch grootse mo-

menten waarop Jan Slofstra, staande op de trap van een opgravingskeet in de Brabantse Kempen, waar net de resten van een Romeinse villa waren gevonden, in tien minuten een schets van het Romeinse wereldrijk gaf die je het gevoel gaf dat Hoogeloon zo niet de navel van het universum dan toch op zijn minst de spil van West-Europa was geweest. Geheim? Educatief talent, retorisch vermogen, inzicht in verbanden, grotere gehelen en context. En niet te vergeten de kunst van het weglaten. Het zal geen toeval zijn dat Slofstra een leerling is van de minstens even geduchte educatief-retorische geweldenaar Wim van Es. Ik heb er vooralsnog geen antwoord op, hoe je mensen traint als dat al kan op die combinatie van helderheid, bevlogenheid en vleugels van fantasie. Misschien moeten we aan de talenten die daarmee behept zijn veel meer aandacht geven. Ook kan ik me voorstellen dat er wel een cursusje voor is te bedenken. Dat de archeologische wereld er echter buitengewoon goed aan doet hier eens gericht naar te kijken mag duidelijk zijn. En dan heb ik nog een tip: laat eens wat weg. Elke goede entertainer of journalist, van Disney en Van Manen tot Komrij, kan vertellen dat om het publiek erbij te houden, je



allereerst moet zweten om *exact* te weten te komen wat je nou eigenlijk wil vertellen, om vervolgens, als je dat eenmaal weet, wederom te zweten om alles weg te halen wat daar niet toe bijdraagt. Of zoals mijn promotor Hemelrijk ooit verstoord riep, na het zetten van een vette potloodstreep door een toegegeven nogal byzantijns concept-hoofdstuk van mijn dissertatie: "Wat wil je zeggen?", "Staat er wat je wilt zeggen?", en "Kan het korter?" Bijzonder UvA-hoogleraar multimediacommunicatie Thijs Chanowski (van Loekie de Leeuw, jawel, en thans directeur van MediaLab), vertelde me ooit dat het hem maar niet lukte klantvriendelijke multimediatoepassingen bij musea te introduceren. Reden: werkelijk klantvriendelijke kennissystemen, dus voor de niet al te gespecialiseerde gebruiker, moeten vooral niet alles, en al helemaal niet alles heel precies, als zoekresultaat geven. Dat is wil echt niemand behalve een gek weten. Zo'n intuïtieve, *fussy* interface staat haaks op de bedrijfscultuur van wetenschappelijke, gespecialiseerde instellingen, onze wereld dus. Wij willen juist mathematisch exact, volledig en uitputtend zijn vandaar onze angst. Het gedoe vorig jaar rond Theo Toeboosch' Betuwelijn-artikel in *Scarabee* krijgt daarmee ook extra reliëf.

## Publieksarcheologie en ICT: een wenkend perspectief

Derde trend: nieuwe media in de archeologische publieks-overdracht. Daar gebeurt nog niet zo bar veel. De Nederlandse erfgoedinstellingen lijken niet overtuigd van de mogelijkheden van nieuwe media ze doen er althans weinig mee. Uitzonderingen zijn het Limburgs Museum in Venlo, dat terecht vele treffelijke prijzen kreeg, het Rijksmuseum van Oudheden dat de tentoonstelling 'Sensaos' en zelfs zijn jaarverslag mooi 'multimedialiseerde', een groep Utrechtse computer-egyptologen en de afdeling monumentenzorg, alweer uit Utrecht, die een goed doordachte cd-rom over het Domplein door dezelfde IT-boys liet uitbrengen als die het Limburgs Museum aan zijn top-site hielpen.<sup>1</sup> Dit zijn de voorhoedelopers van wat de communicatie en beeldvorming over de inhoud van archeologie wel eens zou kunnen revolutionariseren. Overdreven? Dacht ik niet. Wat is de essentie van het archeologische product? Dat is een beeld van verdwenen zaken die aan de hand van intelligent en creatief geïnterpreteerde materiële sporen weer tot leven worden gebracht. Hoe breng je die tot leven? We hadden al gezien door een Goed Verhaal, en daar kunnen we aan toevoegen: door zichtbare relaties te leggen met contexten, betekenissen en andere vergelijkbare objecten, die ofwel elders zijn, in magazijn of aan de andere kant van de wereld, ofwel zo verminkt dat alleen een multimediale reconstructie de oorspronkelijke staat recht doet. Enter multimedia en de *digital reference room*. Op andere plaatsen heb ik al een lans gebroken voor een meerdimensionaal gebruik van multimedia bij het verbeteren van de toegankelijkheid van het erfgoed.<sup>2</sup> In het kort: met een digitaal plaatje van een voorwerp verschaft je anderen nog bepaald geen toegang tot het erfgoed. De digitale bestanden moeten in elk geval samenhangende collecties behelzen: van vindplaatsen, documenten of voorwerpen. En die krijgen pas zin wanneer de gebruiker ook achter de *betekenissen* kan komen, dus toegang heeft tot context en interpretaties. Een ideale digitale verwijzingskamer kent dus drie delen: de *full content*, primaire hulpmiddelen (woordenboeken, kaarten, encyclopedieën, thesauri) en secundaire gegevens (receptie, parallellen, betekenis, interpretatie), dit alles geschaald naar relevantieniveau. De publiekslaag die aan het vernieuwde ARCHIS naar ik heb begrepen zal worden toegevoegd zou, als men het goed aanpakt, een mooie pilot kunnen zijn.

De revolutie die ik voorvoel zit 'm in de techniek noch in het publieksbereik. De revolutie zit in het loslaten van traditionele kennismonopolies. Degenen die in hun hoofden, opschrijfboekjes en systeemkaarten over een enorm kapitaal aan gespecialiseerde kennis en inzicht beschikken, zullen dat vroeg of laat moeten vrijgeven en expliciteren (waar is de waardering- en selectiediscussie ook alweer gebleven?). Het

enge is dat wie nu nog deskundigen zijn bij de gratie van een schaars goed, die positie onherroepelijk zullen verliezen. Niet wat je weet is nog belangrijk, maar hoe goed je bent in het opsporen van relevante kennis en het daarvan digitaal toegankelijk maken. Ik schat dat dat proces een decennium zal duren en dat de bestorming van de Bastille daarbij vergeleken kinderspel zal zijn. De verpoping van de Rijksdienst voor het Oudheidkundig Bodemonderzoek tot een Kenniscentrum Archeologisch Erfgoed lijkt aardig in die richting te wijzen, hoewel de hybride keuzes die vorige zomer daarvoor zijn geformuleerd er wellicht op wijzen dat met name het monopolie op de kennis niet licht uit handen gegeven zal worden. De archeologische revolutie zal dus nog wel even op zich laten wachten. Of vanuit een heel onverwachte hoek komen: kleinschalig en speels. Het zou mij niet verbazen als dat Utrecht wordt.

## Beeld

Welk beeld leveren die trends nou op? Het belangrijkste is dat de polen archeologie en publiek steeds meer in samenhang met ruimtelijke ordening worden gezien. Het publiek zal vast en zeker in steeds sterkere mate bij lokale ingrepen in de bodem (of, meer algemeen: bij de vormgeving van de 'culturele ruimte') worden betrokken. En dan niet als stomme afnemers van geleerde verhalen, maar als geïnformeerde medebepalers die gewoon serieus genomen moeten worden: Holleman *revisited*.<sup>3</sup> Daar wijst de *Nota Belvedere* op, dat past bij de emancipatie van de burger, en dat strookt met de uitkomsten van het NIPO-onderzoek uit 1996 (een *kwart* van de bevolking zegt wel eens bij een opgraving te willen gaan kijken, mocht die gelegenheid zich voordoen!). Gelukkig lijken ook de archeologen daar ten diepste van overtuigd. Artikel 4 van het *NVvA-Handvest* vergt immers in niet mis te verstane bewoordingen een pro-actieve houding van publieke *outreach* van archeologen.

*De auteur heeft zijn eigen bureau Gordion Cultureel Advies.*

<sup>1</sup> [www.limburgsmuseum.ab-c.nl](http://www.limburgsmuseum.ab-c.nl), [www.rmo.nl](http://www.rmo.nl), [www.ccer.nl](http://www.ccer.nl), [www.cd-dom.ab-c.nl](http://www.cd-dom.ab-c.nl).

<sup>2</sup> 'Het digitale museum laat nog even op zich wachten', *Museumvisie* 21/4 (1997) 1416; 'An ideal pact with the devil', *Museum Management and Curatorship* 16/2 (1997) 192204; 'Internet: het revolutionaire communicatiemiddel?', *Musea en Internet: wens en werkelijkheid* [Seminar Ministerie van BiZA], 1998, 2733. De *digital reference room* is een idee van prof. Kim Veltman van het Maastricht McLuhan Institute for Digital Culture. De Amsterdam Maastricht Summer University wijdt daar de zomerseminars 'Digital Cultural Heritage' aan.

<sup>3</sup> Theo Holleman, *Een verleden op de schop*, Amsterdam 1996.