

## Welkom

Vanmiddag gaan we ons bezighouden met het schrijven van museumteksten. Voor het gemak wil ik het vandaag vooral hebben over teksten die direct betrekking hebben op een object. Dus niet over de zogenaamde A- en B- teksten die het thema van de tentoonstelling of een deel daarvan toelichten, maar over de teksten die iets vertellen over een tentoongesteld object. Voor de manier van schrijven maakt het niet veel uit, en daar gaat het vandaag om.

Na mijn afstuderen kwam ik terecht in het Frans Halsmuseum in Haarlem. Zoals vaak gebeurt in musea werd ik als jongste bediende aan het schrijven van museumteksten gezet. Als je daarmee begint komen er meteen een groot aantal vragen op je af. Als je je gaat verdiepen in het object dat je moet toelichten blijkt er veel meer informatie te zijn dan je ooit in 100 of 150 woorden kwijt kunt. Dus wat vertel je en wat laat je weg? Kies je voor een beschrijving van het voorwerp of geef je juist achtergrondinformatie? En welke toon sla je aan? Wie is eigenlijk die museumbezoeker die je iets wilt wijsmaken? Wil hij eigenlijk wel lezen? Daarvoor kom je toch niet naar een museum? Hoe worden tekstbordjes eigenlijk door de museumbezoeker gebruikt?

Als je op zaal gaat kijken wat bezoekers eigenlijk doen met teksten dan zie je allerlei gedrag. Sommige mensen lezen helemaal niet, anderen lezen alles en werpen af en toe een vluchtige blik op de tentoongestelde objecten. De meeste mensen echter bewegen zich voort door de zalen, gedreven door mooie of interessante dingen. Als een object vragen oproept wil hij daar direct een antwoord op hebben. Een prachtig schilderij of een interessant historisch voorwerp trekt je aandacht en dan ga je je dingen afvragen als: wat is dit? Wat stel het voor? Waarom is het hier? Wat heeft het te maken met het thema van de tentoonstelling? Wat is dat voor gek detail en wat betekent het? Ik zou wel wat willen weten over de maker van het object of over hoe het werd gebruikt.

Weinig mensen gaan thuis de catalogus lezen om er achter te komen wat ze eerder hebben gezien. Een museum zou die behoefte aan informatie dan ook ter plekke moeten bevredigen. Dat is volgens mij de belangrijkste functie van teksten op zaal in een museum: het bevredigen van de behoefte aan informatie.

Als het goed is vindt de museumbezoeker in een tekst waarnaar hij op zoek was. Vaak zie je bij mensen die samen met anderen een tentoonstelling bezoeken dat een van hen het tekstje leest en dan aan de anderen uitlegt wat er voor bijzonder is te zien. Zo kan een tentoonstellingstekst ook dienen als uitgangspunt voor een discussie, en daarmee tot beter kijken. Zo werkt het vaak ook bij gezinnen: vaak leest een van de ouders het bijschrift om vervolgens uitleg te geven aan de kinderen. Goede teksten dragen er toe bij dat een museum leuk is voor ouders én kinderen, het thema van deze dag.

Uit onderzoek is lang geleden al gebleken dat museumbezoekers teksten actief scannen op zoek naar de informatie die ze zoeken, ongeveer op dezelfde manier waarop teksten op het internet worden gelezen. Een schrijver van museumteksten moet dus zich in de eerste plaats af vragen welke vragen een object zou kunnen oproepen en die in zijn tekst beantwoorden. Dat is wat mij betreft het belangrijkste uitgangspunt bij het schrijven van museumteksten.

Het is inmiddels ruimschoots uit allerlei onderzoeken bekend, en veel musea gaan daar ook vanuit bij het schrijven van teksten, dat een bezoeker niet alle teksten leest, dat hij een tekst niet altijd helemaal leest, dat een bezoeker gemiddeld eenderde van zijn tijd aan lezen en tweederde aan kijken besteedt. Hoe meer hij leest hoe minder hij kijkt. Teksten worden bovendien slecht onthouden. Toch zijn verklarende teksten bij kunstvoorwerpen waarschijnlijk het meest effectieve middel van informatieoverdracht. Al lezen bezoekers misschien niet graag, ze willen wel dat er veel te lezen is. Ze treffen liever te veel dan te weinig informatie aan. Uit onderzoek blijkt ook dat museumbezoekers vooral teksten lezen die in direct verband staan met een object.

Omdat niemand alle teksten leest is het belangrijk om in een tentoonstelling de belangrijkste zaken te herhalen. Teksten kunnen niet worden beschouwd als stukjes van een doorlopend verhaal, maar staan op zich zelf.

Als je museumteksten aandachtig leest, wat ik altijd doe in een tentoonstelling, maar ik ben beroepsgedeeformeerd, dat valt op dat teksten zich vaak beperken tot een soort beschrijving van het object. Als je tekstschrijvende museummedewerkers vraagt wat er in een tekst moet staan, zeggen ze vaak dat je zo dicht mogelijk bij het object moet blijven, dat wil zeggen: vertellen wat er te zien is. Ik ben het daar niet mee eens. Natuurlijk moet er een relatie zijn tussen tekst en voorwerp, maar kijken kunnen museumbezoekers heel goed zelf. Het ontbreekt ze juist aan de achtergrondinformatie die we als museummedewerkers wel hebben, en die moeten we met de bezoeker delen. Hoe meer je weet, hoe meer je ziet, tenslotte.

Voor het kiezen van de informatie kom je dus op het volgende rijtje:

### **Inhoud**

- bedenk welk verhaal aan het object verbonden is
- omschrijf de rol die het object speelt in de opstelling (waarom wordt het eigenlijk tentoongesteld?)
- formuleer de hoofdboodschap van de tekst in samenhang met de inhoud van de tentoonstelling
- formuleer de hoofdboodschap van de tekst in relatie tot de plaats van het voorwerp in de tentoonstelling (wat hangt of staat er nog meer in de buurt?)
- laat de bezoeker kijken: leg een duidelijke relatie tussen tekst en voorwerp
- probeer de meest voor de hand liggende vragen in de tekst te beantwoorden
- (museumbezoekers lezen actief; ze vragen zich iets af en praten er over)

Verder is het belangrijk in de gaten te houden voor wie je een tekst schrijft. Is een tentoonstelling vooral interessant voor specialisten, of juist voor kinderen, pas dan de tekst daarop aan. Doorgaans maken de meeste museumbezoekers gebruik van teksten. Schrijf dan ook teksten die voor iedere geïnteresseerde leek interessant en te begrijpen zijn. In het Rijksmuseum bijvoorbeeld, delen ze de bezoekers in in drie groepen: toeristen (die lezen weinig teksten), geïnteresseerde leken (die lezen wel teksten) en de specialistisch geïnteresseerden (die lezen ze meestal niet, maar maken liever gebruik van de catalogus)

### **Het publiek**

- omschrijf de doelgroep van de tekst (vrijwel elke museumbezoeker maakt gebruik van informatiebronnen in het museum) en pas toon en inhoud hierop aan

Let op: bezoekers lezen niet alle teksten, lezen een tekst niet helemaal en slaan het eerste die teksten over die niet in direct verband staan met het object.

De stijl waarin je schrijft moet in dienst staan van de begrijpelijkheid. Helderheid gaat boven alles. Museumbezoekers zijn meer ingesteld op kijken dan op lezen en zijn het meest gebaat bij teksten die met een half oog te lezen en te begrijpen zijn.

### **Stijl**

- schrijf in een stijl die past bij de doelgroep
- schrijf in een stijl die past bij het onderwerp
- kies voor een toon of aanspreekvorm (bepaal of en in welke vorm het publiek rechtstreeks wordt aangesproken)
- schrijf bij voorkeur in de bedrijvende vorm

- zorg dat de tekst goed loopt (lees hem hardop voor, dat doen veel museumbezoekers ook)
- wees duidelijk en schrijf concreet

### **Begrijpelijkheid**

- vermijd gecompliceerde en te lange zinnen (vermijd de tangconstructie)
- probeer te relateren aan alledaagse voorbeelden
- schrijf niet wollig maar concreet, zeg zo duidelijk mogelijk waar het om gaat
- vermijd jargon
- vermijd lege begrippen als aspect, mate van, in feite, bepaalde, enz.
- kijk altijd of een zin nog korter kan

Het kan geen kwaad om teksten aantrekkelijker te maken met anekdotes, stijlfiguren of een originele invalshoek. Uit onderzoek is gebleken dat bezoekers teksten met allerlei subjectieve kwalificaties als prachtig, meesterlijk of beroemd in een tekst zelfs op prijs stellen.

Bijvoeglijke naamwoorden maken een tekst levendig en betrekken de lezer bij het onderwerp (vind ik dit ook? Hier ben ik het helemaal niet mee eens!)

### **Aantrekkelijkheid**

- kies een invalshoek die uitnodigt tot lezen
- wees niet bang voor het gebruik van stijlfiguren en anekdotes, (al lijken deze weinig toe te voegen, ze maken het lezen of luisteren een stuk prettiger en houden de bezoeker wakker)
- overdrijf niet

Van belang voor de duidelijkheid, tenslotte, is de opbouw, de vorm van een tekst. Omdat veel museumbezoekers teksten niet helemaal lezen is het van belang met de deur in huis te vallen. Vertel dus eerst het belangrijkste en schrijf van het bijzondere naar het algemene in plaats van andersom. Zorg voor adempauzes in de tekst in de vorm van koppen en witregels. Deze maken niet alleen het lezen prettiger maar helpen ook de bezoeker die een tekst scant op zoek naar informatie.

### **Opbouw en vorm**

- begin met de belangrijkste mededeling (bezoekers lezen vaak alleen de eerste alinea van een tekst; val daarom met de deur in huis)
- gebruik koppen en witregels (veel bezoekers 'scannen' een tekst op de informatie die ze zoeken)
- gebruik niet te lange regels en breek de zin af op een logisch rustpunt ('vrije regelval' verhoogt de leesbaarheid enorm)
- gebruik niet meer dan 100 á 150 woorden per tekst

### **Inhoud**

- bedenk welk verhaal aan het object verbonden is
- omschrijf de rol die het object speelt in de opstelling (waarom wordt het eigenlijk tentoongesteld?)
- formuleer de hoofdboodschap van de tekst in samenhang met de inhoud van de tentoonstelling
- formuleer de hoofdboodschap van de tekst in relatie tot de plaats van het voorwerp in de tentoonstelling (wat hangt of staat er nog meer in de buurt?)
- laat de bezoeker kijken: leg een duidelijke relatie tussen tekst en voorwerp
- probeer de meest voor de hand liggende vragen in de tekst te beantwoorden

- (museumbezoekers lezen actief; ze vragen zich iets af en praten er over)

### **Het publiek**

- omschrijf de doelgroep van de tekst (vrijwel elke museumbezoeker maakt gebruik van informatiebronnen in het museum) en pas toon en inhoud hierop aan
- Let op: bezoekers lezen niet alle teksten, lezen een tekst niet helemaal en slaan het eerste die teksten over die niet in direct verband staan met het object.

### **Stijl**

- schrijf in een stijl die past bij de doelgroep
- schrijf in een stijl die past bij het onderwerp
- kies voor een toon of aanspreekvorm (bepaal of en in welke vorm het publiek rechtstreeks wordt aangesproken)
- schrijf bij voorkeur in de bedrijvende vorm
- zorg dat de tekst goed loopt (lees hem hardop voor, dat doen veel museumbezoekers ook)
- wees duidelijk en schrijf concreet

### **Begrijpelijkheid**

- vermijd gecompliceerde en te lange zinnen (vermijd de tangconstructie)
- probeer te relateren aan alledaagse voorbeelden
- schrijf niet wollig maar concreet, zeg zo duidelijk mogelijk waar het om gaat
- vermijd jargon
- vermijd lege begrippen als aspect, mate van, in feite, bepaalde, enz.
- kijk altijd of een zin nog korter kan

### **aantrekkelijkheid**

- kies een invalshoek die uitnodigt tot lezen
- wees niet bang voor het gebruik van stijlfiguren en anekdotes, (al lijken deze weinig toe te voegen, ze maken het lezen of luisteren een stuk prettiger en houden de bezoeker wakker)
- overdrijf niet

### **Opbouw en vorm**

- begin met de belangrijkste mededeling (bezoekers lezen vaak alleen de eerste alinea van een tekst; val daarom met de deur in huis)
- gebruik koppen en witregels (veel bezoekers 'scannen' een tekst op de informatie die ze zoeken)
- gebruik niet te lange regels en breek de zin af op een logisch rustpunt ('vrije regelval' verhoogt de leesbaarheid enorm)
- gebruik niet meer dan 100 á 150 woorden per tekst

Jan Torringa  
Juni 2010