

18

LEVENDE KUNST TIL LEVENDE MENNESKER

Af
CHRISTINE BUHL ANDERSEN
DIREKTØR
NY CARLSBERG GLYPTOTEK

I de kommende år vil Ny Carlsberg Glyptotek i langt højere grad end tidligere satse på særudstillinger og formidling. Det sker som led i et paradigmeskift der skal udfolde museets fulde potentiale som en aktiv og relevant samskabelsesaktør der ønsker at begejstre og danne et mangfoldigt publikum.



Glyptoteket kom ud af 2017 med det næsthøjeste besøgstal i museets historie. Hele 410.160 mennesker valgte at lægge vejen forbi Dantes Plads for at opleve museets tilbud. Det besøgstal blev kun overgået i 2011, hvor tallet nåede op over 421.000. Især efterårets store satsning, særudstillingen "Farao. Magtens Ansigt", tiltrak børn og voksne i tusindvis. Udstillingen er en af de mest ambitiøse museet nogensinde har produceret om oldtidens Ægypten, der udgør et af samlingernes tyngdepunkter. Det er derfor særdeles glædeligt at opleve den overvældende interesse. Fabelagtige indlån af genstande fra bl.a. The Metropolitan Museum i New York, Boston Museum of Fine Arts og Medelhavsmuseet i Stockholm stod side om side med museets egne pragtgenstande for at tage gæsterne med tilbage til Det Mellemske Rige og faraonernes storhedstid 2000-1800 f.Kr. Men ikke kun de ægyptiske faraoner trak mange gæster. Også sommerens fokus på nyophængningen

Nyophængningen af museets samling af fransk maleri kombineret med den regnvåde sommer trak mange turister til Glyptoteket.

“

**Museets mission lyder nu som følger:
"Glyptoteket skal begejstre og danne nutidens
mangfoldige publikum gennem mødet med det
ypperste fra årtusinders kunst og kultur."**

”



En af de ting som Glyptoteket vil have særlig fokus på i formidlingen, er arbejdet med lyd i udstillingerne. Her et billede fra Kulturnatten 2017.

→

Særudstillingen "Farao. Magtens ansigt" trak fulde huse på Glyptoteket i efteråret 2017.

af de franske samlinger med mesterværker af bl.a. Courbet, Manet, Monet og Gauguin trak fulde huse - ikke mindst mange af Københavns turister fandt ind til dem i dét vi museumsfolk kalder godt vejr: en regnvåd sommer.

Særudstillinger – en international tendens

At netop særudstillingerne var en vigtig drivkraft i Glyptotekets flotte besøgstal, kan ses som en del af en international tendens beskrevet i kunsttidsskriftet *The Art Newspaper* i maj 2017 under overskriften "More shows, fewer problems". Artiklen slog på baggrund af en større undersøgelse blandt amerikanske museer fast at antallet af særudstillinger i gennemsnit er steget med 7,4 procent fra 2007 til 2015 fra i gennemsnit 8,8 udstillinger per år per museum til i gennemsnit 9,4. Det er tal som siger noget om hvor stor vægt museerne lægger på de skiftende udstillinger. Alle der har kendskab til det arbejde det er for en museumsorganisation at tilrettelægge

især de store internationale satsninger, vil vide at det kræver enorme kræfter - for ikke at tale om hvad det koster! På Glyptoteket ligger prisen på en særudstilling mellem 2,5 og 9 mio. kroner per udstilling.

Når udviklingen alligevel går i retning af at museerne skruer yderligere op for særudstillingerne, skyldes det ifølge blandt andre direktør for Fine Arts Museum i San Francisco, Max Hollein, at samlingerne ikke i sig selv længere er nok til at trække et tilstrækkelig stort og forskelligartet publikum: "Your collections can be as grand as the Metropolitan Museum's, but the exhibitions will be more enlightening to a larger and more diverse audience," siger han i *The Art Newspaper*-artiklen. Her har han også fokus på at med flere særudstillinger får museerne flere gæster, de får større entréindtægter, skaber bedre omsætning og skal bruge færre penge på markedsføring da omtalen af særudstillingerne ofte fungerer bedre end dyre annoncer i f.eks. aviser.



Relevans

Også for Glyptoteket har et stærkt særudstillingsprogram afgørende betydning for økonomi og synlighed, navnlig i en tid hvor de offentlige tilskud er støt faldende, og konkurrencen om at vinde opmærksomhed er stor – ikke bare i København, men også i forhold til de kulturtilbud der findes inden for en radius af billige flybilletter til f.eks. London, Berlin og Paris. Det er dog ikke økonomi og synlighed der i sig selv er målet. Centralt står dét som Max Holleins udtalelse også peger på: at blive opfattet som ”relevant og spændende for et større og mere forskelligartet publikum” – og det er Glyptotekets største udfordring.

Som en del af Glyptotekets strategiarbejde, som vi har arbejdet intensivt med i de seneste måneder i en ny og forandret organisation, har museet foretaget grundige omverdens-, interessent- og publikumsanalyser bl.a. for at finde ud af i hvor høj grad vi i dag opfattes som et museum der lever op til dét Hollein her taler om. Undersøgelserne slår fast at

Glyptoteket har et stærkt brand som et klassisk museum med unikke samlinger og flot arkitektur, men de viser samtidig at museet opfattes som tilbagetrasket og lukket om sig selv. En langt mere imødekommende og moderne formidling til publikum efterlyses.

Arven fra bryggeren

Selv om det er flot at have over 400.000 gæster om året, er disse signaler vigtige at lytte til og tage højde for. Hvorfor? Går vi tilbage til museets stifter Carl Jacobsens oprindelige intention med museet, står dette klart. Carl Jacobsen ønskede at bringe ”levende kunst til levende mennesker”, som han selv formulerede det i sin tale i 1906 da Vinterhaven og Kampmanns bygning blev indviet. Hans projekt var bredt og folkeligt i den forstand at han ville bidrage til at danne og berige hele den danske befolkning, ikke kun en elite. Den store passion han selv følte for menneskehedens tidligere kulturer og kunsthistorie ikke bare i Danmark men i verden, ønskede

Kunstneren HuskMitNavn lavede i efteråret 2017 en serie af tegninger af museets gæster. I de kommende år vil Glyptoteket netop have et øget fokus på gæsterne.

“
Selv om f.eks. skulpturerne i sig selv er smukke og dragende, er det ikke nok til at beskueren løftes ind den fantastiske verden af eviggyldige spørgsmål og fortællinger som gemmer sig her.
 ”

han at dele med danskerne. I mellemtiden er museet blevet omdannet til en selvejende institution under statens lovgivning med en basisøkonomi der er afhængig af offentlige tilskud som en del af et velfærdssamfund der endnu mere udtalt har til formål demokratisk at stille kunst og kultur til rådighed for alle. Som et led i den nye strategiformulering har vi derfor valgt at oversætte Jacobsens gode slogan om den levende kunst for de levende mennesker til nutiden. Museets mission lyder nu som følger: "Glyptoteket skal begejstre og danne nutidens mangfoldige publikum gennem mødet med det ypperste fra årtusunders kunst og kultur."

Museologen Hilde S. Hein taler i sin bog "The Museum in Transition" om en bevægelse fra det genstands- og samlingsorienterede museum til et museum der har oplevelsen og formidlingen af de gode fortællinger i centrum – et paradigmeskifte som er indtrådt på verdens museer over de seneste 20 år. Det er en udvikling som Glyptoteket også skal gennemgå for at blive opfattet som proaktivt, imødekommende og relevant. Her kommer netop særudstillingerne til at spille en helt afgørende rolle. De bliver det centrale omdrejningspunkt i de kommende tre år i hele måden Glyptoteket vil tænke sig selv som museum på, de bliver udgangspunkt for aktiviteter, synlighed og formidling. Det er nødvendigt fordi dannelsesniveaet hos folk har ændret sig meget siden Carl Jacobsens tid, og folk har i almindelighed ikke længere tilstrækkelig baggrundsviden om f.eks. græsk og romersk skulptur eller antikke myter til selv at kunne lukke betydningerne ud af de antikke genstande. Selv om f.eks. skulpturerne i sig selv er smukke og dragende, er det ikke nok til at beskueren løftes ind i den fantastiske verden af eviggyldige spørgsmål og fortællinger som gemmer sig her.

For fortsat at leve op til Carl Jacobsens mission om levende kunst til levende mennesker skal der justeres og løbende ændres med størst tænkelig indsigt i brugernes adfærd, forestillinger og ønsker. Der er behov for nye samarbejder med andre fagligheder indenfor f.eks. film, teater, spildesign mv. Der er også behov for omtanke og en ny omhu helt ned i praktiske detaljer som wayfinding, skiltning, belysning og service når det kommer til garderobeforhold, billettering og mulighed for at shoppe og spise – aktiviteter som moderne museumsgæster nyder at forbinde med oplevelsen af kunst og kultur. Det kræver et decideret paradigmeskift på Glyptoteket som sætter gæsterne i fokus.

Nytænkning af udstillingsmediet

Glyptoteket modtager vigtig støtte fra Ny Carlsbergfondet til drift af museet og fra Carlsbergfondet til forskning, men de to fonde har ikke mulighed for at støtte udstillinger. Lykkeligt er det således at vi som et led i arbejdet med et kommende særudstillingsprogram i efteråret 2017 modtog tilsagn fra to af Danmarks andre store fonde, Augustinus Fonden og Aage og Johanne Louis-Hansens Fond, om støtte til arbejdet med dette. Fondene er nemlig gået sammen om at tildele os et økonomisk tilskud der over de næste tre år muliggør det mest ambitiøse særudstillingsprogram i museets historie. Det betyder for det første at vi har fået mulighed for at omsætte vores fantastiske internationale position og goodwill hos udenlandske museer og samarbejdspartnere til konkrete særudstillinger i København med noget af det største vi kan forestille os at vise. Udstillingsprogrammet bevæger sig fra storslåede romerske sølvskatte over den første soloudstilling med den franske maler Odilon Redon i Danmark nogensinde til en storslået solopræsentation af den store franske maler Pierre Bonnard. Der bliver også plads til en udstilling om oldtidens kunst og kultur i oasebyen Palmyra, der i dag ligger midt i det borgerkrigshærgede Syrien, samt en udstilling om den ukendte ægyptiske Gud BES – for nu blot at nævne nogle af programmets highlights.

Men det betyder også at vi med disse udstillinger vil tænke udstillingsmediet på ny og koble det til en helt ny formidlingsstrategi der tager udgangspunkt i udstillingernes indhold og fascinationskraft. De tilsammen 27 mio. kroner fra de to fonde gør det muligt at langtidsplanlægge den udvikling som Glyptoteket allerede har sat i gang med den nye strategi. I løbet af de kommende tre år skal museet gøres endnu mere imødekommende, proaktivt, demokratisk og frem for alt relevant for tidens publikum. Glyptoteket skal udfolde sit potentiale for at spille en langt mere aktiv rolle i tidens samfund når det kommer til spørgsmål om dannelse, historisk bevidsthed og nye fællesskaber. Det er der brug for i en verden præget af globale kultur møder, migration og tab af national identitet og kultur.

Som en af oplysningstidens store filosoffer Montaigne mente om børneopdragelse, er vi mennesker "ikke flasker, der skal fyldes, men et bål der skal tændes". På Glyptoteket skal vi turde genfortælle og nyfortolke de helt store historier om mennesket hen over tusindvis af år til glæde for gæsten, der begejstres og dannes i mødet med den.



“

Undersøgelserne slår fast at Glyptoteket har et stærkt brand som et klassisk museum med unikke samlinger og flot arkitektur, men de viser samtidig at museet opfattes som tilbagetrukket og lukket om sig selv. En langt mere imødekommende og moderne formidling til publikum efterlyses.

”