

Rijksuniversiteit te Utrecht
Vakgroep Empirisch-Theoretische Sociologie
Heidelberglaan 2
3584 CS Utrecht
Tel. 030-532101

PUBLIEKSONDERZOEK EN PUBLIEKSVORMING IN CULTURELE INSTELLINGEN

Voordracht voor Studiedag 'Publieksgroepen/Publieksonderzoek' van de Werkgroep Publiciteitsmedewerkers van de Nederlandse Schouwburgen en Concertzalen

Schouwburg Tilburg, 20 november 1989

Verschijnt in: Toneel Theatraal

Inhoud

- Ter inleiding
- Determinanten van cultuurdeelname
- Doelstellingen van publieksonderzoek
- Marketing en publieksonderzoek
- Conclusies

Utrecht, 18 november 1989

Harry B.G. Ganzeboom is op basis van een Huygensstipendium (Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek, H50.283) als wetenschappelijk onderzoeker verbonden aan de Vakgroep Empirisch-Theoretische Sociologie van de Rijksuniversiteit te Utrecht. Boeken/rapporten: "Beleving van Monumenten: (1982/1983), "Cultuur en Informatieverwerking" (1984), "Film en Publiek" (1986), "Leefstijlen in Nederland" (1988), "Museum en Publiek" (1989), "Cultuurdeelname in Nederland" (1989). Hij verrichtte recent o.m. een heranalyse van een groot aantal publieksonderzoekingen uit Nederlandse musea en coördineert het WVC onderzoeksproject "Podiumkunst en Publiek", in 1987-88 gehouden in 30 theaters en concertzalen in 10 Nederlandse steden.

PUBLIEKSONDERZOEK EN PUBLIEKSVORMING IN CULTURELE INSTELLINGEN

TER INLEIDING

In het navolgende wil ik de functie belichten die publieksonderzoek zou kunnen hebben voor het functioneren van culturele instellingen. In het verleden heb we binnen de Vakgroep Empirisch-Theoretische Sociologie van de Rijksuniversiteit onderzoek verricht naar de publieke belangstelling voor Cultuur. Op basis daarvan zijn in het verleden onder meer rapporten verschenen over de beleving van monumenten, film en publiek, en het publiek van de Nederlandse musea. Momenteel zijn we doende met het verslagleggen over een groot onderzoek onder het publiek van theater- en concertzalen: dit onderzoek werd gehouden in het seizoen 1987/88, het rapport zal in de loop van 1990 verschijnen. Op iets langere termijn zal ook nog een rapport verschijnen over de structuur van de leesgewoonten van de Nederlandse bevolking.

Hoewel vrij veel van dit onderzoek gestart en betaald is vanuit beleidvoerende overheidsinstellingen (i.h.b. het Ministerie van WVC), is het centrale gezichtspunt ervan betrekkelijk theoretisch en wetenschappelijk. We streven na te komen tot een algemeen geldige schets van de factoren die een rol spelen bij de beslissing om al dan niet aan cultuur deel te nemen en die (deze vraag gaat eigenlijk aan de vorige vooraf) bepalen welke ervaringen men ondergaat bij het deelnemen aan cultuur. We streven na te komen tot gegeneraliseerde en verklarende kennis: niet de motieven en particulariteiten van deze of gene bezoeker of culturele instelling zijn ons eens zorg, het gaat er ons om tot inzichten te komen die boven dat individuele niveau uitkomen. Zulke algemene inzichten zouden ook in alle bijzondere situaties enige gelding moeten hebben en daaraan hun nut moeten ontleunen. Toch wil ik er alvast voor waarschuwen dat het algemene gezichtspunt dat de wetenschapper op het cultuurdeelnamefenomeen heeft, niet zomaar overeenkomt met de dingen die iemand zou willen weten die er in de praktijk aan werkt om de cultuurdeelname te bevorderen. Zo ben ik heel wel in staat U een inzicht te geven in de maatschappelijk achtergrond van culturele publieksgroepen in Nederland, hoe deze verschillen tussen verschillende vormen van cultuur (zoals musea en theater), wat daarin in de afgelopen 30 jaar veranderd is, alsook in het aanbieden van een verklaring waarom deze zaken zijn, zoals ze zijn. Maar er zijn een hele reeks andere (op zichzelf redelijke vragen) denkbaar, waarop ik

U absoluut het antwoord schuldig moet blijven. Heeft het voor de Utrechtse Schouwburg zin om reclame te maken in Culemborg of zet dit toch geen zoden aan de dijk? Hoeveel mensen blijven er weg als we de prijzen verdubbelen? Loont het zin om moderne, moeilijke stukken in abonnementsvorm aan te bieden? 'Niets is praktischer dan een goede theorie', zegt men wel. Niettemin zou ik U het antwoord op dergelijke praktische --zinvolle-- vragen schuldig moeten blijven. Zover strekt de algemeen geldige kennis niet dat ze veel betekenis heeft voor de beantwoording van dit type detailvragen.

In deze lezing zal ik eerst een kort overzicht geven van de inzichten die het wetenschappelijk onderzoek naar culturele publieksgroepen zoal heeft opgeleverd. Dat geeft als het ware een samenvatting van wat we met zijn allen weten, zonder dat er nieuw onderzoek naar publieksvorming plaatsvindt. Vervolgens ga ik in op de vraag welke inzichten hieraan zouden kunnen worden toegevoegd wanneer men, anders als we in de Utrechtse traditie van cultuuronderzoek steeds hebben gedaan, zou vertrekken vanuit de locale situatie en nadere gegevens daarover in beeld zou gaan brengen. Met andere woorden: welke probleemstellingen zijn zinvol voor lokaal te verrichten publieksonderzoek? Tenslotte ga ik op een aantal praktische punten bij het (al dan niet in eigen beheer) uitvoeren van publieksonderzoek. Deze laatste opmerkingen komen voort uit de ruime ervaringen die we in Utrecht inmiddels met publieksonderzoek hebben opgedaan en de vele misstappen die we daarbij hebben begaan.

Inhoud: 1. wat weten we al uit
W.S. - O.2.
2. wat kunnen we nog meer
vrij te weten komen

DETERMINANTEN VAN CULTUURDEELNAME

deel In het volgende wil ik U voorleggen hoe belangstelling voor actieve ~~kennis~~name van het podiumkunstaanbod tot stand komt. Mijn verhaal is georganiseerd rondom vijf voorwaarden voor actieve deelname. Dat zijn:

- De aanwezigheid van het aanbod.
- De betaalbaarheid van het aanbod.
- De mate waarin iemand tijd beschikbaar heeft om van het aanbod kennis te nemen.
- De vaardigheid waarover iemand beschikt om aan een gegeven aanbod van podiumkunst genoeg te beleven.
- De normen omtrent deelname aan podiumaanbod die leven in de sociale groep

waarvan iemand deel uitmaakt.

Het blijkt dat elk van deze determinanten een aantal consequenties heeft voor de publieksvorming. Het Utrechtse onderzoekswerk bestaat eruit zoveel mogelijk van deze consequenties op te sporen en te toetsen in welke mate deze factoren inderdaad van invloed zijn op actieve participatie. Het gaat er dus niet alleen om dat deze vijf voorwaarden de mate van deelname bepalen, maar ook de relatieve gewicht dat zij daarbij hebben.

Het aanbod

De eerste voorwaarde waaraan voldaan moet worden om iemand tot een podiumbezoeker te maken, is dat er voor hem of haar een voldoende en bereikbaar aanbod is gecreeerd. In het algemeen zal gelden dat een aantrekkelijk en bereikbaar aanbod meer publiek naar de accommodaties zal lokken dan een inferieur en ver weg liggend aanbod.

In het verleden is in het bijzonder van de bereikbaarheid van het podiumaanbod een zwaar punt gemaakt. Men onderscheidt op het gebied van de cultuurspreiding een zogenaamde horizontale en verticale variant, ook wel de geografische en sociale cultuurspreiding genoemd. Onder horizontale of geografische cultuurspreiding verstaat men de ongelijkheid in deelname tussen bewoners van geografisch verschillende gebieden, zoals stad en platteland, grotere en kleinere steden, of (in Nederland) de Randstad versus de 'buitengewesten' en Amsterdam tegen de andere gebieden. Bij verticale of sociale cultuurspreiding doelt men op de ongelijkheid in deelname tussen sociale statusgroepen, zoals opleidings-, beroeps- en inkomenscategorieën.

In het Nederlandse cultuurbeleid heeft men van de bestrijding van beide vormen van culturele ongelijkheid steeds een expliciet punt gemaakt. Het is evenwel opmerkelijk dat van de horizontale, geografische cultuurspreiding aanzienlijk meer werk is gemaakt dan van de verticale, sociale cultuurspreiding. Specifieke beleidsmaatregelen ten aanzien van verticale cultuurspreiding bestaan er eigenlijk niet. Wel vindt men op dit gebied algemene maatregelen, in het bijzonder de grote prijssubsidies, waarover ik hieronder nog te spreken kom. Wat betreft de horizontale cultuurspreiding zijn veel meer inspanningen te noemen. Wat betreft de podiumkunsten valt bijvoorbeeld in het oog dat de overheid de gezelschappen heeft verplicht om op tournee te gaan buiten de eigen standplaats en in een aantal gevallen heeft

bevorderd dat de standplaats buiten de traditionele cultuurcentra is gekozen. Daarnaast is voor de horizontale cultuurspreiding van groot belang dat in de afgelopen decennia op tal van plaatsen in het land, en wel tot in de kleinste streekcentra, accommodaties zijn verrezen, die het uitbrengen van zelfs grote podiumkunstproducties redelijk goed mogelijk maken.

Gezien vanuit het cultuurbeleid lijkt het erop dat de geografische ongelijkheid in participatie een belangrijk fenomeen is. Toch is het dat niet, zo zou ik naar voren willen brengen. Wanneer men analyseert in hoeverre de bevolking buiten de traditionele cultuurcentra actief kennisneemt van het podiumaanbod, dan vindt men wel de veronderstelde verschillen met de bevolking van de traditionele cultuurcentra; maar tegelijkertijd valt op dat de verschillen niet zo vreselijk groot zijn, althans niet in vergelijking met bijvoorbeeld de verschillen die tussen sociale statusgroepen bestaan. De verhouding in cultureel activiteit tussen de bevolking van platteland en grote stad komen zelden die van 1:3 te boven, terwijl dat bijvoorbeeld bij hoger en lager opgeleiden wel oploopt tot 1:8.

Daar komt nog iets bij. De veronderstelling die achter het geografisch cultuurspreidingsbeleid steekt is dat de locatie van de bevolking en de afstand tot het cultureel aanbod de beslissende factor bij de onderrepresentatie van de bevolking van de cultureel achterliggende gebieden is. Maar dat is slechts een gedeelte van het verhaal. Men moet er goed rekening mee houden dat het niet alleen de afstand tot het cultureel aanbod is, die de ondervertegenwoordiging veroorzaakt. De bevolking van de achterliggende gebieden onderscheidt zich ook in de mate waarin zij een potentieel publiek vormt. Twee sociale groepen waaronder men doorgaans bijzonder veel theaterbezoekers vindt zijn universitair opgeleiden en kunstenaars. Het demografische patroon is nu zo dat deze categorieën in veel sterkere mate in de stedelijke gebieden wonen en dus in de traditionele cultuurcentra. Het bestaande verschil tussen de geografische gebieden is daarom deels terug te voeren op heel andere factoren dan de werking van het aanbod.

Eigenlijk denk ik dat de geografische factor een erg overschatte determinant van cultuurdeelname is. Natuurlijk, er kunnen op dit punt verschillen worden aangetoond, maar ze zijn niet groot en voor tenminste de helft terug te voeren op demografische factoren. Soms denk ik wel eens dat de belangstelling voor de geografische ongelijkheid grotendeels is terug te voeren op een soort gezichtsbedrog. Gezien vanuit de uitvoerende kunstenaars

*dus:
ruim
opgekleed
niet
cultuur-
meestal
is veel
groter
dan
de
geografische
afstand
↓
Ruim
geografisch
afgelegen
en een
deel van
zich op
sociale
afgelegen!*

en de accommodaties is het natuurlijk zo dat er buiten de traditionele cultuurcentra veel minder publieke belangstelling is dan in de traditionele cultuurcentra. Maar men vergeet mee te wegen dat in de traditionele cultuurcentra de bevolkingsomvang, de bevolkingsdichtheid en de bevolkingssamenstelling zoveel verschilt van die elders, dat het verschil in publieksomvang daarmee eenvoudigweg overeenstemt.

Er is nog twee redenen ^{zijn de aan te geven} dat waarom de geografische locatie niet zo verschrikkelijk veel verschil maak voor de waarschijnlijkheid dat iemand actief aan cultuur deelneemt. De eerste is eenvoudigweg dat wij in Nederland zo langzamerhand over zo'n grote dichtheid van theaters beschikken, dat er voor de meeste Nederlanders wel enig aanbod onder handbereik is. In de afgelopen 30 jaar is de omvang van het theater- en concertpubliek niet toegenomen, naar alle waarschijnlijkheid afgenomen. Niettemin hebben zich op het niveau van de aanbodsstructuur zeer fundamentele ontwikkelingen voorgedaan. Werden de voorstelling en uitvoeringen 30 jaar geleden verzorgd door een handvol orkesten en gezelschappen, tegenwoordig is dat een veelvoud. Hetzelfde beeld geldt voor het aantal accommodaties. Als je voor de situatie 30 jaar geleden cirkels van een half uur gaans rondom de accommodaties trok, bleek een flink deel van Nederland onbedekt. Nu is er vrijwel niets meer leeg.

Ten tweede zijn natuurlijk de vervoersmogelijkheden ook nog eens toegenomen, met name als gevolg van het grotere autobezit. De ervaring in het Utrechtse onderzoek is dat de grens waarop podia nog een publiek aanspreken, ongeveer 'een half uur gaans' is. Die grens is niet een bepaalde afstand, maar de tijd dat men moet reizen. Met name in de regionale centra (Drachten) speelt daarbij het autovervoer een grote rol. In Amsterdam is dat veel minder het geval, daar moet men wel het openbaar vervoer nemen. Dat leidt tot de op het eerste gezicht merkwaardige bevinding dat in de grote ^{steden} de mensen van het dichtst bij komen, maar tegelijkertijd het langdurigst gereisd hebben.

Geldelijke kosten en geldbudgetten

Voor deelname aan cultuur moet men vaak een toegangsprijs betalen en de podiumkunsten vormen hierop zeker geen uitzondering. De toegangsprijs vormt voorts lang niet de enige geldelijke kosten die aan zo iets als een avondje theater verbonden zijn. Denkt U aan vervoer, de kosten van de oppas, kleding, het etentje vooraf en het drankje achteraf. Het is natuurlijk niet

1e
tegenwoordig
grote
geen
aanbod
1. een
publiek
2. een
accommodaties

2e
vervoers-
mogelijkheden
verbeterd.

noodzakelijk om al deze onkosten te maken, maar de praktijk wijst uit dat ze in het merendeel van het geval toch gemaakt worden. Er zijn schattingen die uitwijzen dat de feitelijke kosten van het kaartje gemiddeld maar een minderheid van de totale kosten van theater- en concertbezoek uitmaken.

Het lijkt dus niet meer dan logisch dat hogere inkomensgroepen oververtegenwoordigd zijn in het theater. Naarmate men een hoger inkomen heeft, en in het bijzonder naarmate men een groter gedeelte van dit inkomen vrij te besteden heeft, des te beter is men in staat aan culturele activiteiten deel te nemen. De werking van deze factor zal sterker zijn naarmate de geldelijke kosten van activiteit ook hoger zijn. Het bezoek van podiumkunsten behoort weliswaar niet tot de duurste vormen van culturele activiteit (daaronder reken ik de aanschaf van boeken en platen, het kopen van kunst en het maken van culturele reizen), maar is toch prijzig in vergelijking met bijvoorbeeld museumbezoek of boeken lenen. *zeker niet bij breed bereik!*

De veronderstelling dat de geldelijke kosten van deelname belangrijk zijn en de sociale ongelijkheid in cultuurdeelname daarom voor een belangrijk deel is terug te voeren op de inkomensongelijkheid is steeds het motief geweest voor de belangrijkste maatregel die de overheid heeft genomen ter bevordering van de verticale cultuurspreiding: de financiële ondersteuning van accommodaties, uitvoerenden en producties, en wel zodanig dat cultuur ver onder de kostprijs aan belangstellenden wordt aangeboden. Merk op dat het zwaartepunt van deze maatregelen niet afhankelijk is gesteld van het inkomen van de bezoeker. Dit is eigenlijk alleen maar het geval bij reductieregelingen voor jeugd en ouderen. *dus: 2 punten: 1 → kosten als definitief overschot. 2 → subside is differentieel recht.*

ad. 1 Het is opmerkelijk dat onderzoeksgegevens systematisch laten zien dat inkomens tamelijk weinig verschil maken in deelname aan cultuur. Men merkt de invloed van het geldbudget eigenlijk alleen maar op wanneer men kijkt naar de heel dure vormen van cultuurdeelname die ik U genoemd heb. De verschillen bij de podiumkunsten zijn echter tamelijk klein, zelfs nog kleiner dan tussen de eerder behandelde geografische gebieden. Als U goed om U heen kijkt in de zalen, dan kunt U dat ook waarnemen. Een groot deel van het publiek bestaat uit jongere mensen, vaak nog in opleiding en het laat zich wel raden dat die betrekkelijk weinig geld te besteden hebben.

Begrijpt U mij goed. Ik beweer niet dat er geen oververtegenwoordiging van hogere inkomensgroepen in het theater te vinden is. Die is er wel, maar ze is klein; verder kan men met statistische analyse aantonen dat de bestaande oververtegenwoordiging van hogere inkomensgroepen niet op hun inkomen, maar

grote verschillen eerder genoemd in oplichtingsverschillen

eerder op hun gemiddeld hogere opleiding moet worden teruggevoerd. Evenmin beweer ik dat de deelname ongevoelig is ^{voor} inkomenseffecten, dat de situatie zou blijven zoals ze is, als de inkomens sterk zouden dalen, de prijzen sterk zouden stijgen of de inkomensverdeling zou veranderen. De geconstateerde situatie moet eerder worden toegeschreven aan het succes van generieke prijssubsidies en specifieke kortingsregelingen, dan aan de onjuistheid van een aantal fundamentele economische wetmatigheden.

Interessant is ook een historische kijk op de werking van de inkomensfactor. Zij heeft op dit moment geen invloed, maar dat was vroeger wellicht wel het geval. In de afgelopen decennia hebben we op dit gebied een aantal belangrijke ontwikkelingen gezien. De inkomens zijn sterk gestegen en de inkomensverdeling is aanzienlijk vlakker geworden. Kortingsregelingen zijn niet altijd van kracht geweest. Dit alles zou doen verwachten dat enige tientallen jaren geleden het inkomen wel een differentierende invloed had. Historisch-vergelijkende analyse, met bijvoorbeeld de toestand 30 jaar geleden, leert evenwel dat dit ook toen niet het geval was. Mijn interpretatie is dat toen, zoals nu, de geldelijke kosten van deelname zo laag (kunnen) zijn, dat geen werkelijk grote aanslag op het inkomen wordt gedaan.

Tijdsduur en beschikbare tijd

De derde voorwaarde voor cultuurdeelname waarover ik kom te spreken, is die van de tijdsduur van deelname en de hoeveelheid tijd die men ter beschikking heeft. Tijd is geld, zo zegt men wel en daar is veel voor te zeggen. Economen rekenen wel met een combinatie van geldelijke en tijdskosten om consumptieve voorkeuren te verklaren. Je kunt wel geld hebben om een bepaald goed te betalen, maar als je geen tijd hebt om het te consumeren heeft het geen zin om het aan te schaffen. Je kunt over tijdsbudgetten net zo praten als over geldsbudgetten. Net zoals met geld is het met tijd zo dat je het maar één keer kunt uitgeven. Geld en tijd zijn ook in elkaar om te rekenen: de kosten van een uur tijd zijn gelijk aan de hoeveelheid geld die je in die tijd kunt verdienen.

^{ie} Er zijn ook verschillen tussen tijd en geld. Eén ervan is dat de totale hoeveelheid tijd per persoon in beginsel constant is. Afgezien van verschil in levensduur zijn er wat dit betreft geen verschillen. De verschillen in beschikbare tijd ontstaan doordat sommigen veel meer dan anderen tijd moeten

besteden aan primaire verantwoordelijkheden als beroepsarbeid, kinderverzorging en huishoudelijk werk. Bij inkomen ligt dat anders: er zijn al verschillen in de initiele inkomens, los van de besteding daarvan. Een ander verschil tussen gelds- en tijdsbesteding is, dat je geld kunt opsparen, terwijl je tijd moet besteden, terwijl zij passeert. Via verschuiving van activiteiten kun je wel hier en daar een avond vrijmaken, maar dit zijn toch maar kleine variaties op het gegeven dat je de tijd om een avond naar het theater te gaan, gewoon moet hebben. Dat maakt dat verwacht mag worden dat tijdsbudgetten een veel scherpere invloed op activiteiten moeten hebben dan geldsbudgetten. Een derde verschil tussen tijds- en geldsbesteding tempert deze invloed weer wat. Dit is dat je het nut van bestede tijd kunt verhogen door verschillende activiteiten te combineren, terwijl zoiets met geld nauwelijks mogelijk is.

Wat heeft dit alles nu te maken met de publieksvorming in de podiumkunsten? Wel, dit lijkt me duidelijk: mensen met weinig tijd komen weinig in het theater. Nog duidelijk: theater en concert zullen meer last van de tijdsdrukfactor hebben dan enig andere cultuurvorm. Dat komt doordat theater en concert zich van de meeste andere cultuurvormen onderscheiden in het feit dat zij zich op een bepaald tijdstip gedurende de avond afspelen. Meestal is dat ook nog (en daarin ligt een verschil met bioscoopbezoek) één tijdstip op één bepaalde avond. Theater en concert zijn, zoals zij zich nu afspelen, niet of nauwelijks combineerbaar met andere activiteiten en dat nog wel terwijl zij zich afspelen op een moment dat men vaak ook nog wel andere dingen te doen heeft.

Men kan de invloed van de tijdsfactor afmeten aan de feitelijk besteding aan meer primaire categorieën activiteiten die iemand heeft. Verder kan men veronderstellingen maken over hoe bekende sociale categorieën zich differentieren naar tijdsdruk. Men kan op basis hiervan bijvoorbeeld verklaren waarom werkenden, en in het bijzonder de leden van specifieke beroepsgroepen als zelfstandigen en leidinggevenden relatief weinig in het theater worden aangetroffen.

Interessanter wordt het nog wanneer men een verband legt tussen het geld dat iemand te besteden heeft en de tijd die men te besteden heeft. Wanneer iemand veel geld te besteden heeft, is hij in staat veel te consumeren. Voor consumptie heeft men ook tijd nodig. Wanneer iemand een hoog inkomen heeft, of wanneer iemands inkomen hoger wordt, zal daardoor zijn consumptie toenemen en daardoor zijn tijdsdruk. Als hij verstandig is, wendt hij zich bij stijging

andere

a. licht last
b. rief
c. veel
andere
alt.
mogelijk
g. rief
tijdstip.

van inkomen af van die goederen die hem relatief veel tijd kosten. Iemand die veel geld te verteren heeft, zal het wel uit zijn hoofd laten om zijn tijd te verbeuzelen, maar zorgvuldig daarmee omgaan en ervoor zorgen niet te lang met iets bezig te zijn. Nu wil het geval, dat in de afgelopen jaar de consumptie zeer sterk gestegen is. Dat komt niet alleen doordat alle inkomens sterk zijn gestegen en gelijker verdeeld zijn geraakt, maar ook zijn de prijzen van veel consumptiegoederen gedaald, in het bijzonder ook van goederen die een direct substituuut voor podiumkunsten vormen, zoals de televisie. Het gevolg van deze ontwikkeling is dat in onze samenleving de tijdsdruk voor iedereen steeds groter wordt. Het betekent ook dat er een overweldigende trend naar haast en combinatie van activiteiten is. Het bijzondere gevolg van deze ontwikkeling voor de podiumkunsten is dat zij hun publiek verliezen. De mensen besteden hun tijd liever aan kortdurende en goed combineerbare activiteiten dan aan zoiets tijdrovends als theaterbezoek.

Dezelfde trend ziet men ook op andere culturele terreinen. Als ik het wel heb, heeft Knulst van het Sociaal en Cultureel Planbureau U enige tijd geleden al eens een uiteenzetting over de belangrijkste trends in vrijetijdsbesteding gegeven. Hij heeft daarbij ongetwijfeld gewezen op de groei naar incidentele en oppervlakkige deelname die veel vrijetijdsactiviteiten eigen is. Museumbezoek neemt bijvoorbeeld toe, maar de groei zit in de mensen die af en toe (in combinatie met vakantie) komen, niet in de frequentie. Boekenverkoop en zelfs boeken lezen neemt wel toe, maar het wordt beslist niet gezocht in dikke pillen. In plaats van collectief beoefende activiteiten, zoals theaterbezoek, treden de geïndividualiseerde tijdsbestedingen, waarin men naar eigen tijdsschema en zonder met iemand rekening te hoeven houden, de tijd zo nuttig mogelijk kan besteden. De achtergrond van deze trends moet gezocht worden in de enorme toename van de consumptiemogelijkheden, die zich enerzijds uit de grotere inkomens en anderzijds uit de nieuwe en goedkopere consumptiemogelijkheden voortkomen.

De invloed van de tijdsfactor en van de druk die alternatieve consumptiemogelijkheden opleggen, is de beste verklaring die ik ken voor het feit dat de deelname aan podiumkunsten in de afgelopen decennia is gedaald. Immers, ook de niveaus van het aanbod, het inkomen en een hierna nog te behandelen determinant, de opleiding, zijn sterk verhoogd en dat alles zou de belangstelling voor podiumkunsten juist moeten bevorderen. De vrij beschikbare tijd is echter netto afgenomen.

Wat een verklaring voor de historische ontwikkeling kan bieden, moet ook

in dwarsdoorsnee een verklaring bieden. Als de historische daling van participatie aan podiumkunsten te wijten is aan de toegenomen tijdsdruk en het gebruik van alternatieven, dan moet het ook zo zijn dat mensen die sterk onder tijdsdruk staan, minder naar het theater gaan dan anderen. Nu, dat resultaat treedt uit onderzoek ook naar voren. De tijdsdruk is een sterkere determinant van cultuurdeelname dan geografische factoren en het inkomen. De verwachte verschillen treden duidelijk naar voren. Toch moet ik ook op dit punt aangeven dat de verschillen niet overdadig groot zijn, en dat er veel belangrijker dingen over cultuurdeelname te zeggen zijn dan dat het een functie is van beschikbare tijd.

Complexiteit en culturele vaardigheden

Ik kom dan aan de vierde voorwaarde waaraan iemand moet voldoen om met enige waarschijnlijkheid een liefhebber van podiumkunsten te worden en op voorhand kondig ik U vast aan dat dit de belangrijkste is. De voorgaande drie lagen alle in de sfeer van de noodzakelijke voorwaarden voor deelname. Aanbod, tijd en geld heb je nodig om aan podiumkunsten deel te nemen, maar ik heb het in het geheel nog niet gehad over zaken die iemand positief zouden kunnen motiveren om cultureel actief te zijn. Een belangrijk motief om theater en concert te bezoeken is de verwachting dat men aan het gebodene plezier zal beleven. Nu is dit op zichzelf geen differentierende factor. Men kan er wel van uitgaan dat iedereen er is het leven zo plezier mogelijk in te richten. De verschillen worden teweeggebracht doordat verschillende personen een geheel andere toerusting hebben om van cultuuraanbod te genieten.

*determinant
essentiële
aanleiding*

Cultuur is overdracht van informatie en niet iedereen is dezelfde mate in staat om die informatie te verwerken en te begrijpen. Verder geldt dat cultureel informatie een geheel wisselend niveau van complexiteit kan hebben en dit zal gevolgen hebben voor de samenstelling van het publiek.

Wanneer ik met zo'n algemene stelling kom, ben ik verplicht om wat nader aan te geven wat ik met 'culturele vaardigheden' en 'complexiteit van culturele informatie' bedoel. Laat ik beginnen met 'culturele informatie' en constateren dat het heel gebruikelijk is om over cultuur te spreken in termen van bijvoorbeeld 'lichte' en 'zware kost', over 'lichte' en 'serieuze' muziek, over een 'luchtig' en 'moeilijk' toneelstuk. De verwijzing naar de complexiteit van culturele informatie zit veel beoordelaars kennelijk aan het

hart gebakken.

Men zou op de gedachte kunnen komen om deze complexiteit te gaan tellen en meten. Men zou bijvoorbeeld de moeilijkheid van een toneelstuk kunnen afmeten aan de hoeveelheid rollen, de gemiddelde lengte van de gesproken zinnen, de hoeveelheid vreemde woorden en begrippen en zo een aantal kenmerken. Of men zou de complexiteit van een muziekstuk kunnen afmeten aan de hoeveelheid gespeelde noten, de gebruikte instrumenten, de variatie van maatvoering enzovoorts. Ik denk dat een dergelijke aanpak U niet bijzonder zou aanspreken. Complexiteit heeft niet alleen en waarschijnlijk niet voornamelijk betrekking op de uiterlijke vorm. Als U bereid zou zijn om mij te volgen in de toepassing van het begrip 'complexiteit' op een kunstwerk, dan zou U waarschijnlijk onmiddellijk beseffen dat in dat ene woord een veelheid van dimensies besloten liggen. Een toneelstuk zou misschien complex kunnen zijn vanwege de daarin gebezigde taal, maar voor de hand liggender zou zijn die complexiteit af te meten aan de abstractheid van de voorstelling, de mate waarin een stuk afsteekt bij het gebruikelijke repertoire en bij gebeurtenissen in het dagelijks leven. U zou het mogelijk met mij eens zijn dat dat de complexiteit van een stuk culturele informatie geen objectieve, buiten de toeschouwers vastliggende grootheid is, maar iets dat afhangt van hun voorkennis en gewenning. Wat op één moment nieuwlichterij is en onbegrepen, kan vervolgens tot een afgesloten en overbekende vorm verworden.

Een strakke definitie en objectieve meting van zoiets als complexiteit van culturele informatie is niet goed mogelijk; dat neemt niet weg dat het kennelijk wel mogelijk is dat beoordelaars onderling tot consensus komen over de mate van complexiteit, gegevens een bepaald niveau van training en voorkennis. Ook zijn een aantal algemene kenmerken aan te wijzen, die (tijdelijk) zorgdragen voor een hoge moeilijkheidsgraad. De mate van gewenning bij het publiek, de moderniteit, kan als de belangrijkste daaronder worden aangewezen. Een vorm die nog niet zolang in het repertoire is ingevoerd, is steeds complex en trekt daarom een klein en geselecteerd publiek.

Zoals de complexiteit van culturele informatie niet eenduidig is af te bakenen, zo geldt dat ook voor de culturele vaardigheden van het publiek. Maar op dit punt worden we het waarschijnlijk gemakkelijker eens. Zo is het gebruikelijk om mensen een verschillende mate van muzikale vermogens of vaardigheid toe te kennen, die hen in staat stelt om muzikale informatie te verwerken en daaraan plezier te beleven. Maar zulke vermogens bestaan er meer. Het vermogen tot cognitieve informatieverwerking, de vaardigheid in het

verwerken van teksten en symbolen, nemen zelfs in onze samenleving een veel centralere vraag in dan muzikaliteit. De mate waarin men deze vaardigheid heeft of aanleert, is immers in grote mate bepalend voor het schoolsucces.

Culturele vaardigheden kunnen ook gemeten worden. Het is mogelijk om over iemands muzikaliteit aanwijzingen te krijgen, iemands kennis van kunsthistorie en repertoire via tests vast te leggen. Met behulp van de resultaten van zulke tests is het ook gemakkelijk om vast te stellen hoe iemand aan een grotere culturele vaardigheid kan komen. Daar zijn drie kanalen voor. De eerste is de formele schoolopleiding, waarin men getraind wordt in het verwerken van culturele informatie en op de mate van beheersing wordt geselecteerd. De school wisselt nogal in de mate waarin deze informatie wordt verschaft op verschillende gebieden. Zo leert het onderwijs de leerlingen uitstekend boeken te lezen, geeft het ook wat informatie die nodig is om van museum te genieten, maar op het gebied van bijvoorbeeld muziek, ballet en opera is de training niet bijzonder intensief. Een tweede kanaal om grotere culturele vaardigheden te verkrijgen is gelegen in de opvoeding, de mate waarin men van huis uit met culturele informatie is groot gebracht. Een derde kanaal, tenslotte, is dat men van deelname zelf aanzienlijk competentere kan worden op het gebied van culturele informatie. Het onderling gewicht van deze drie kanalen wisselt per cultuurvorm. Ik stip dit aan om te benadrukken dat de schoolopleiding over het geheel genomen maar een deel, en soms een klein deel van de culturele vorming voor haar rekening neemt.

Als in deze gedachtengang enige waarde schuilt, dan moeten sociale groepen als hoger opgeleiden, mensen die met cultuur zijn grootgebracht en kunstenaars zelf in culturele publieksgroepen oververtegenwoordigd moeten zijn. Verder moet het zo zijn dat de deelnemers inderdaad in staat zijn het gebodene te begrijpen en te verwerken en een hogere graad van culturele vaardigheid vertonen dan anderen. Dit alles stemt goed met onderzoeksgegevens overeen. Niet alleen is er een oververtegenwoordiging van de genoemde groepen, deze is ook bijzonder groot. Ik heb U al het feit genoemd dat de oververtegenwoordiging van hogere inkomensgroepen grotendeels is terug te voeren op de hogere opleiding die zij gemiddeld genoten hebben. Hetzelfde geldt voor beroepsgroepen. Beroepsgroepen met een hoog prestige, zoals ~~na~~tabelen en zakenlieden zullen wel vaak relatief cultureel actief zijn, maar dat is niet het geval wanneer men er rekening mee houdt dat deze mensen ook vaak zo hoog opgeleid zijn en uit een cultureel milieu afkomstig zijn. Een uitzondering hierop vormen de beroepsgroepen, die vanwege hun beroepsuitoefening een

bijzonder culturele competentie hebben, zoals kunstenaars en leraren.

Wanneer men cultuuruitingen schaalt naar hun mate van complexiteit, dan ziet men ook de samenstelling van hun publieksgroep keurig langs een complexiteitsdimensie aflopen. De moeilijkste dingen, doorgaans moderne kunst of moderne uitvoeringen, hebben verreweg de hoogst opgeleide en best getrainde publieksgroepen, terwijl lichte kost, bijvoorbeeld populaire romans een veel lager opgeleide publieksgroep hebben.

Kort samengevat komt het erop neer dat het idee van complexiteit en culturele vaardigheden heel goed met de onderzoeksgegevens overeenstemt en daarin naar gewicht de belangrijkste differentiatie teweeg brengt. Men kan er ook mee verklaren waarin in de afgelopen decennia geen opvallende sociale cultuurspreiding tot stand is gekomen. Immers, er zijn geen redenen om aan te nemen dat de verschillen in vaardigheden tussen lager en hoger geschoolden zouden zijn afgenomen. Die zijn misschien zelfs eerder groter geworden. → NOF20?

Er is eigenlijk maar een belangrijk punt, waarop deze veronderstelling over complexiteit en vaardigheden absoluut geen succes is. Het staat namelijk wel vast dat de culturele vaardigheid van de bevolking in de afgelopen decennia gestegen moet zijn. Niet alleen is het niveau van opleiding aanzienlijk toegenomen, via allerlei openbare kanalen is ook iedereen in staat zich beter in te stellen op de verwerking van culturele informatie. Men ziet evenwel geen stijging van de deelname en dat zou je wel verwachten. Het is vooral om deze reden dat ik denk dat het informatieperspectief noodzakelijk aangevuld moet worden met een andere verklaring, en wel in het bijzonder de al eerder genoemde veronderstelling over tijdsdruk.

Culturele normen en sociale drempels

Dan kom ik op de vijfde en laatste determinant van ongelijkheid in cultuurdeelname, namelijk de werking van culturele normen en de sociale drempels die daardoor worden opgeworpen. Wij zijn geneigd te denken dat deelname aan cultuur met een grote C een vorm van gedragskeuze is, die behoort bij bepaalde sociale groepen in onze samenleving, en wel in het bijzonder bij groepen die daarin een hoog prestige genieten. De oververtegenwoordiging van die groepen onder cultureel actieven zou men dan ook zo kunnen verklaren dat leden van hogere statusgroepen zich goed thuis voelen in de entourage van schouwburg en concertzaal en dat hun bezoek gedeeltelijk voor hen een functie

van onderlinge ontmoeting en representatie heeft. Culturele activiteit is een statussymbool, en voorzover zij in het openbaar plaatsvindt (zoals bij theater en concert het geval is), behoort zij onder wat de klassieke Amerikaanse socioloog-econoom Thorstein Veblen "conspicuous leisure" heeft genoemd: het zodanig inrichten van je vrijetijdsbesteding dat je hoge plaats in de samenleving krachtig en duidelijk wordt geëtaleerd.

Men moet deze veronderstelling over de werking van het status- en onderscheidingsmotief niet alleen vanaf de kant van de cultuurdeelnemers te bekijken. Het lijkt tenminste even belangrijk te kijken vanuit het perspectief van de niet-deelnemer. Dat ziet er dan zo uit dat de niet-deelnemer, vaak afkomstig uit de lagere statusgroepen, zich buitengesloten voelt, een sociale drempel waarneemt. Enerzijds kan die eruit bestaan dat hij zich niet thuis voelt in de entourage van het theater en de mensen die daar komen, en anderzijds kan het zo zijn dat hij in zijn eigen groep niet geaccepteerd zou worden met culturele activiteit, maar zou worden weggehoond. Eigenlijk denk ik dat de sociale drempels, gezien vanuit de niet-deelnemers, een belangrijker invloed op het verschil in deelname van sociale statusgroepen heeft, dan de onderscheidingsdrang van de hogere statusgroepen.

belid
De veronderstelling over de invloed van status en sociale drempels is altijd een zeer prominente geweest in het denken over cultuurdeelname en cultuurspreiding. Het lijkt me mogelijk de stelling te verdedigen dat het overheidsbeleid op het gebied van cultuurspreiding berust op de eerdere behandelde veronderstelling over de werking van inkomensverschillen, maar dat de veel belangrijker initiatieven tot cultuurspreiding, die vanuit de accommodaties en kunstenaars zelf zijn voortgekomen, voornamelijk berusten op de statusveronderstelling. Deze veronderstelling vormt in mijn ogen bijvoorbeeld het fundament van het type culturele centra waarover wij het vandaag hebben. Entourage en programmering mikken alle op het doorbreken van het traditionele sociale kader dat het kunstaanbod omringde. Door een mengverhouding te kiezen tussen aanbod waarvan men hoopt dat het voor een brede kring toegankelijk is (zoals het bibliotheekwerk) en ander kunstaanbod, probeert men de sociale drempels voor de cultureel niet-actieven te slechten.

Het is nodig om bij deze gedachtengang, die voor de inrichting van het kunstaanbod zo belangrijk lijkt te zijn, enige kritische kanttekeningen te maken. Zo'n kanttekening is allereerst op haar plaats op het theoretische niveau. Er bestaat een strijdigheid tussen de veronderstelling dat cultuurdeelname grotendeels een functie zou zijn van onderscheidingsmotieven

en het feit dat tegelijkertijd allerwegen gepleit wordt voor cultuurspreiding.

Als het waar is dat cultureel actieven voornamelijk gemotiveerd zijn door de mogelijkheid zich via cultuurdeelname te onderscheiden en hun eigen voortreffelijkheid aan te wijzen, wat mankeert hun dan dat zij nu juist telkens pleiten voor een spreiding en verbreding van het cultureel aanbod? Want cultuurspreiding is een streven van de cultureel actieven en beslist niet van de cultureel niet-actieven. *→ en kun je maar aan actieven g te leggen.*

Ook uit onderzoeksgegevens treden maar spaarzaam aanwijzingen naar voren die wijzen op een grote verklaringswaarde van statusmotieven en sociale drempels. Een hinderlijk bezwaar tegen de theorie is bijvoorbeeld dat het helemaal niet zo is, dat cultuuraanbod buiten de formele accommodaties zoveel meer sociaal gespreid is dan het aanbod daarbinnen. Het lezen van serieuze boeken en periodieken is bijvoorbeeld één van de meest ongelijk verdeelde vormen van cultuurdeelname en het moet toch betwijfeld worden of nu juist deze vorm van culturele activiteit bij uitstek geschikt zijn de eigen voortreffelijkheid te tonen. Een ander negatief punt voor deze veronderstelling is dat het eigenlijk helemaal niet de klassieke hogere statusgroepen zijn, zoals de notabelen en de zakenlieden, die zoveel in het theater worden aangetroffen. Zoals al aangegeven, zijn het de geletterden, de hoger opgeleiden, de studenten en scholieren, de journalisten en de leraren en niet te vergeten de kunstenaars zelf die sterk onder culturele publieksgroepen zijn oververtegenwoordigd. En dat zijn nu niet direct de hoogste statusgroepen. *→ C, maar wel culturele elite's.*

ad. A Een lastig punt is wel dat het heel moeilijk is om statusmotieven direct te meten. In onze moderne tijd is het niet netjes meer om aan te geven dat men tot sociale onderscheiding en exclusiviteit gemotiveerd is. In een aantal onderzoeken zijn wel pogingen gedaan om toch aan ondervraagden dergelijke uitspraken te ontlokken. Dan blijkt dat toch het meest de uitspraken die het gevoel vertolken van de aanwezigheid van een negatieve statusdrempel voor de cultureel niet-actieven, worden aangegrepen om het eigen gedrag te verklaren. Een andere positieve aanwijzing voor de statusveronderstelling is dat iemands culturele activiteit altijd sterk verbonden is aan het sociale netwerk waarmee hij verbonden is. Ik heb U al genoemd dat het milieu van herkomst gedurende het gehele leven van invloed blijft op cultuurdeelname. Hetzelfde geldt voor kenmerken van iemands partner en iemands vrienden. Als die cultureel actief zijn, bevordert dat in belangrijke mate de activiteit van de persoon zelf. Zulke dingen kun je ook wel op een andere manier verklaren (die personen

bevorderen ook je culturele competentie), maar het wijst mijns inziens toch het sterkst naar een verklaring in termen van status en groepsconformisme.

Wat volgt er uit deze veronderstellingen over de ontwikkeling van publiekssamenstelling door de jaren heen? Het lijkt me dat je met een gerust hart kunt stellen dat onze samenleving op het punt van statusconformiteit opener is geworden in de afgelopen decennia. Men denkt tegenwoordig niet meer zo gemakkelijk in termen van wat hoort en wat niet hoort, wanneer je bij een bepaalde sociale stand hoort. Men kan veilig veronderstellen dat dit dertig jaar geleden meer het geval was. Misschien is deze ontwikkeling niet lineair en is er op dit punt de laatste jaren een kentering te bespeuren. Maar over het geheel genomen is normconformerend en statusconform gedrag toch wel afgenomen. Daaruit volgt dat het publiek sociaal gelijkzamer van samenstelling moet zijn geworden. Wanneer men erbij veronderstelt dat cultuurparticipatie toch een aantrekkelijke vorm van vrijetijdsbesteding is gebleven, zou ook volgen dat het publiek groter moet zijn geworden. Beide is niet het geval en ook dit doet twijfelen aan de verklaringskracht van deze theorie.

→ D. of dat overtuigende Lee uitblondt en adrekwat

De bevindingen in het Utrechtse podiumonderzoek met betrekking tot de sociale component van cultuurdeelname zijn dat ze belangrijker zijn dan we aanvankelijk dachten. Naast het specifieke tijdsbeslag dat theater en concert leggen, lijkt ook dit een punt te zijn waarop theater en concert zich onderscheiden van andere vormen van cultuurdeelname zoals museumbezoek. Theater- en concertbezoek is vrijwel nooit een individuele belevenis, iedereen komt samen met iemand anders, veelal de levenspartners, maar ook wel andere familie of vrienden. Dat betekent dat theater- en concertbezoek een activiteit is waar een twee of meer mensen het samen over eens moeten worden -- ten aanzien waarvan ze hun tijdschema's moeten coördineren, maar ook moeten ze het samen leuk vinden. Een bevinding in onderzoek is ook dat je het allebei leuk moet vinden, en dat anders de keus is om maar niet te gaan. Er is een theorie die zegt dat een van de verklaringen achter de teruglopende culturele belangstelling is dat het kader van de burgerlijke groepen die voorheen de dragers waren van deze cultuur, in steeds toenemende mate is verbroken. Daar lijkt wel wat in te zitten. Er wordt tegenwoordig meer dwars door sociale scheidslijnen heen getrouwd dan voorheen. Dat zou een stukje voedingsbodem voor theater en concert kunnen hebben weggeslagen.

status-
verschillen
nu zijn
gevoelen!

belevings-
a tot
daad-
werkelijke
activiteit
te
leven

→ dus zelfplan misschien
of een bij te krijgen??

N.B. Bepaal type draadstuf o.v. : niet alleen wat er de gendachte ligt,
anderzinske activiteit kan niet aan bod + hoe middelen en complexiteit,
is zelfaan ingrijpende factoren te weten.

DOELSTELLINGEN VAN PUBLIEKSONDERZOEK

Het lijkt een trivialiteit dat iedereen die een publiek tracht te werven voor een bepaald product, zich zo goed mogelijk een beeld probeert te vormen van het publiek van dat product. Dat geldt, als men tandpasta probeert te verkopen, en het geldt als men theater en concert aan de man probeert te brengen. Toch is die uitspraak minder waar dan ze op het eerste gezicht lijkt te zijn. Het model van marketing waarin je eerst in detail de aanwezigheid en interesse van potentiële kopers in kaart brengt en dan je product op de markt brengt, is ook voor de marketing van tandpasta naïef. Verkoopcampagnes worden doorgaans via een trial-and-error systeem opgezet. Dat wil zeggen, eerst uitmaken dat je een aantrekkelijk product aan te bieden hebt, dan verschillende publiciteitsstrategieën uitproberen, en dan vervolgens maar afwachten wat er van komt, dat is veel meer de praktijk dan een vooraf uitgestippelde weg naar succes. Het succes komt lang niet altijd tot stand, of het komt soms op niet-verwachte punten tot stand, dat weet iedere marketing specialist. Dat is niets om je over te schamen, maar wel iets om rekening te houden. Omdat het succes van publieksbenadering nu eenmaal grotendeels onvoorspelbaar is, gebruikt men in marketing veelal ~~het~~ de regel dat twee ideeën beter zijn dan een, en dat veel ideeën het beste is.

Onderzoek van publiek kan op een aantal punten helpen het publiek beter te benaderen, maar het kan niet in de plaats komen van een creatieve publiciteitsstrategie. De eerste regel van publieksbenadering is mijns inziens steeds om het potentieel publiek vaak, creatief en opvallend te benaderen. Daaraan gaat zelf nog een regel vooraf, maar die behoort niet bij de taak van publiciteit en marketing: men verkoopt gemakkelijker een goed product dan een slecht product en het is een slecht idee om marketing de programmering te laten vervangen.

↓
en dat
evalueren?

Tilburg, 7 november '89

Geachte deelnemer,

Hierbij bevestigen wij uw inschrijving voor de studiedag 'Publieksgroepen/
Publieksonderzoek' die zal worden gehouden op maandag 20 november in
Schouwburg Tilburg. Louis Bouwmeesterplein 1, tel: 013-362033.
Tot nu toe hebben wij voor deze studiedag meer dan 100 inschrijvingen
binnengekregen, een heel mooi aantal.

Het programma voor de dag is als volgt:

- 9.45 uur: Ontvangst met koffie en thee
- 10.00 uur: Welkomstwoord wethouder Hans Krosse (financiën en cultuur)
 vervolgens opening studiedag door Bert Naarding
 voorzitter PONT
- 10.15 uur: Lezing Harry Ganzeboom
- 11.00 uur: Koffiepauze
- 11.15 uur: Solo-Act door Joop Wittermans, de Voorziening
- 11.30 uur: lezing Hans van Maanen
- 12.15 uur: Vragen en reacties n.a.v. beide lezingen
- 13.00 uur: Lunch
- 14.15 uur: Lezing Marjolijn Franken
- 15.00 uur: Vragen en reacties
- 15.30 uur: Film 'Moordklanten of klantenmoord'
- 16.00 uur: Afsluiting en gelegenheid om iets te drinken
 in de Brasserie du Theatre.

De studiedag zal plaatsvinden in de Studiozaal van Schouwburg Tilburg.
Deze zaal heeft een eigen ingang.

Hierbij zenden wij u een plattegrondje van Tilburg, u vindt hierop o.a.
het Station en de Schouwburg. Achter de Schouwburg, op het Louis Bouw-
meesterplein bevindt zich een parkeergarage waarin u, indien gewenst
uw auto kunt parkeren.

Op de studiedag komen drie sprekers aan het woord, wij hebben voor u
van elk een korte levensbeschrijving gemaakt. De heren Ganzeboom en
van Maanen hebben ook nog enkele stellingen aan ons opgegeven, die wij
u ook al graag door willen geven.

De bedoeling is dat er van beide lezingen een verslag zal verschi-
jen in Toneel Teatraal.

Wij hopen u hiermee voldoende informatie te hebben gegeven over de
studiedag en wensen u een boeiende en leerzame dag toe.

Met vriendelijke groeten,


Jeanet van der Horst

Namens de studiegroep Publieksgroepen/Publieksonderzoek