

Ministerie van
Welzijn,
Volksgezondheid en
Cultuur

Directoraat-Generaal
Culturele Zaken

Secretariaat
Rijksuniversiteit Utrecht
Vakgroep
Empirisch-Theoretische
Sociologie

in zage-exempl.

MUSEUM EN PUBLIEK

Een onderzoek naar ontwikkelingen
in publiek en publieksbenadering in de Nederlandse musea
door middel van heranalyse van bestaande publieksgegevens
en herondervraging van educatieve medewerkers.

MUSEUM EN PUBLIEK

Ministerie van
Welzijn,
Volksgezondheid en
Cultuur

Directoraat-Generaal
Culturele Zaken

MUSEUM EN PUBLIEK

Een onderzoek naar ontwikkelingen
in publiek en publieksbenadering in de Nederlandse musea
door middel van heranalyse van bestaande publieksgegevens
en herondervraging van educatieve medewerkers.

Het onderzoek is verricht door
de Vakgroep Empirisch-Theoretische Sociologie
van de Rijksuniversiteit van Utrecht en de
Stichting Centrum voor Onderwijsonderzoek van
de Universiteit van Amsterdam
in opdracht van het ministerie van WVC

Auteurs:
Harry Ganzeboom
Folkert Haanstra

m.m.v.
Dagmar Bukuru-Hempenius
Jos de Haan
Edith Paanakker
Wilfred Junk

Voorwoord

Het gaat goed met de musea in Nederland. Het aantal bezoeken is de laatste decennia enorm toegenomen, tot het recordaantal van 20 miljoen in 1988.

Dat is op zich een verheugende constatering, die echter ook vragen oproept.

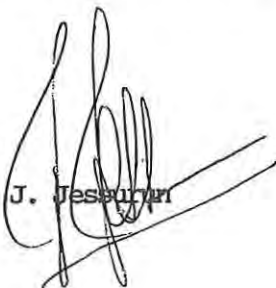
Wie zijn die bezoekers? Hoe is het museumpubliek samengesteld, naar leeftijd, opleidingsniveau, sociale positie? Betekent méér bezoek ook dat het publiek een meer evenwichtige afspiegeling vormt van de Nederlandse samenleving? Heeft de groei van het publiek te maken met de toename van het aantal musea, of met het aanbod (inclusief de educatieve begeleiding) dat de musea te bieden hebben?

Hoe verhoudt het museumpubliek zich tot het bezoek aan andere cultuuruitingen, bijvoorbeeld aan de podiumkunsten? Is de huidige trend van groei een modeverschijnsel of mag verwacht worden dat deze van blijvende aard zal zijn?

Het zijn vragen die beantwoord moeten worden om een cultuurbeleid gericht op spreiding en participatie te kunnen toetsen en om er zo nodig nieuwe accenten in aan te brengen. Het initiatief van het Committee for Education en Social Action/ICOM om een onderzoek te doen verrichten naar de ontwikkelingen in het Nederlandse museumpubliek spoorde dan ook met de wens die op het ministerie vanuit beleidsmatige optiek leefde om antwoord te vinden op een aantal vragen rond de groei van het bezoek. Het Directoraat-Generaal voor Culturele Zaken was daarom graag bereid op te treden als opdrachtgever van het onderzoek, dat thans in gepubliceerde vorm voor u ligt. Zoals dat vaak het geval is worden niet alleen veel vragen beantwoord, maar evenzovele nieuwe opgeworpen.

Het onderzoek van Ganzeboom en Haanstra geeft op heldere wijze een overzicht en analyse van het thans beschikbare materiaal en kan in die zin baanbrekend worden genoemd. Het biedt tevens een uitstekend en degelijk aanknopingspunt voor toekomstig onderzoek.

De plv. Directeur-Generaal Culturele Zaken


J. J. J. J. J.

Ten geleide

Het onderzoek naar de samenstelling van het museumpubliek heeft in Nederland pas een korte historie. Na de baanbrekende onderneming op dit gebied van Van der Hoek, in 1953 in het Haags Gemeentemuseum, en een tweede in 1962 door Varkevisser en Van der Zee, in het Amsterdamse Tropenmuseum, komt het onderzoek aarzelend op gang aan het eind van de jaren '60. Toen waren de monografische kunstklappers van die tijd -- Jeroen Bosch in 1967 in Den Bosch en Rembrandt in 1969 in Amsterdam -- en daarnaast de totale nationale museumpresentatie "Musement", in 1969 in de Utrechtse Jaarbeurshallen, aanleiding om nieuwsgierigheid naar de samenstelling van het publiek om te zetten in actie. Daarnaast vonden bijvoorbeeld in 1969 enkele onderzoeken plaats door het bureau Intomart naar de bezoekers van het Amsterdamse Stedelijk Museum.

In het bijzonder het Committee for Education and Cultural Action van de internationale museumvereniging ICOM, heeft zich vanaf het begin van de jaren '70 er voor ingezet om brede belangstelling te wekken voor en onderzoek te stimuleren naar de samenstelling van het museumpubliek, en naar de effecten op dat publiek van museale activiteiten.

Vanaf 1970 neemt de behoefte snel toe bij enerzijds sociologen en psychologen en anderzijds musea en overheden, om dergelijk onderzoek te verrichten en te laten verrichten. Rond 1980 tenslotte is er in het HBO en WO sprake van een explosie van opleidingen op het gebied van museologie en culturele studiën, met een evenredige drang om het voorwerp van studie -- bijvoorbeeld de musea -- van alle kanten in kaart te brengen. Daarbij is het een opvallend fenomeen, dat het museum -- als een van de weinige onder de culturele instellingen -- niet alleen de gunst van het publiek blijkt te hebben kunnen vast houden in de laatste decennia, maar dat er zelfs sprake is van een krachtige toename van het aantal bezoeken.

Toen het zeker was, dat de 15de General Conference van de internationale museumvereniging ICOM in 1989 in Nederland zou worden gehouden, ontstond binnen het Committee for Education het plan om een substantiële bijdrage te leveren aan het thema "Museums: Generators of Culture". Educatieve afdelingen hebben wel bij uitstek getracht om door hun werk begrip voor en kennis van cultuur te doen ontstaan, waar die eerst niet in die mate aanwezig was. Bovendien is in deze tijd het marktgericht opereren en het daarbij horende definiëren van doelgroepen een vanzelfsprekendheid in het kader van welke verzelfstandiging dan ook. Die afdelingen hebben binnen de musea het meest contact met het publiek en dat maakt het begrijpelijk, dat gedacht werd aan een onderzoek naar de samenstelling van het Nederlandse museumpubliek, waarover veel, maar weinig samenhangende noties bestonden bij de museum professionals. Daarbij dient men voor ogen te houden, dat Nederland reeds lang op het gebied van museum-educatie een rol als gidsland vervult, en dat het zo langzamerhand tijd werd geacht om de balans op te maken van zoveel jaren publieksbegeleiding. Het is ook daarom, dat er niet werd gekozen voor een prospectief, maar voor een groot retrospectief onderzoek, om zo zicht te krijgen op ontwikkelingen over een langere periode.

Dankzij de grote ervaring van de auteurs dr. Harry Ganzeboom en drs. Folkert Haanstra is in korte tijd veel tot stand gekomen. De plannen voor dit onderzoek werden in mei 1988 ingediend en in oktober van dat jaar goedgekeurd door de opdrachtgever, het ministerie van WVC. Dat het in de negen maanden daarna gelukt is om twee zeer verschillende en betrekkelijk ingewikkelde, deels retrospectieve deels nieuwe, onderzoeken bijeen te brengen in het rapport dat nu voorligt, stemt tot tevredenheid.

Aan het onderzoek lagen enkele vragen ten grondslag: waar komt de toegenomen belangstelling van publiek voor musea vandaan; zijn het alleen externe factoren die daarbij een rol spelen; welke verandering is er opgetreden in de publieks-benadering door de musea; heeft die veranderde benadering bijgedragen aan de toegenomen groei van het aantal bezoeken. Die vragen zijn nu goeddeels beantwoord. Dat dat niet altijd ondubbelzinnige uitkomsten heeft opgeleverd, ligt aan de aard van het materiaal (wat mensen zeggen dat ze denken en doen), aan het soort onderzoek (achteraf door veel rekenwerk gegevens bij elkaar laten aansluiten) en aan het wetenschappelijk voorbehoud van de auteurs.

Door de druk van de tijd -- het ICOM-congres staat voor de deur -- zijn enkele gewenste nevenproducten nog niet tot volle wasdom gekomen. Zo wacht de aansluiting van de kennis over museumpubliek aan die over bezoekers aan de podiumkunsten nog op voltooiing van onderzoek naar die laatste. De verschillende uitgangspunten en methodes die gehanteerd werden bij onderzoek naar cultuurparticipatie -- zoals museumbezoek -- hebben de heranalyse van de voorhanden gegevensbestanden niet vereenvoudigd. Het is zeer verheugend dat er goede vorderingen zijn gemaakt met de ontwikkeling van een standaard, om in de toekomst uitwisseling van uitkomsten van dergelijk onderzoek, misschien ook internationaal, probleemloos te doen verlopen. De publicatie van een dergelijke standaard vragenlijst, met standaard

uitbreidingsmogelijkheden, is in de nabije toekomst te verwachten. Een Engelstalige bewerking van dit rapport is in voorbereiding bij uitgeverij AHA-Books in Amsterdam.

Dat een dergelijk onderzoek in zo korte tijd de fase van publicatie kon bereiken, is mede te danken aan de hulp die van veel kanten spontaan werd verleend. Medewerkers van het CBS en van Intomart Qualitatief stelden nog ongepubliceerd materiaal ter beschikking, leden van de Nederlandse Museumvereniging waren scheutig met hun expertise over eigen en andermans instellingen. Veel materiaal werd door de musea zelf uit de eigen archieven opgedoken, educatieve medewerkers lieten zich langdurig ondervragen en heronderveragen.

Veel "benenwerk" werd gedaan door Dagmar Bukuru en Edith Paanakker, afgestudeerden van de Reinwardt-academie, die van ieder relevant museum onder meer de situatie ten tijde van het publieksonderzoek hebben trachten te reconstrueren. Ria Veenstra, student algemene letteren in Groningen, ondersteunde met een eigen onderzoek de herinterviews van educatieve medewerkers. Tenslotte had het onderzoek weinig voortgang kunnen vinden zonder de inspanningen van Jos de Haan en Wilfred Uunk, studenten sociologie in Utrecht. Zij ordenden materiaal, herinnerden musea en deskundigen aan hun toezeggingen, voerden talloze berekeningen uit en hielden van alles nauwgezet administratie bij.

Het onderzoeksproject werd begeleid door een commissie die teksten las, die discussies niet uit de weg ging, grafieken kritiseerde, uitgangspunten in het oog hield, kortom die de medeverantwoordelijkheid voor het eindresultaat gaarne op zich nam. Deze commissie was samengesteld uit drs. Claartje Bunnik en dr. Vladimir Bina namens de opdrachtgever en financier, het ministerie van WVC, uit drs. Pieter van der Heijden en drs. Jan Sas namens de initiatiefnemer, het Committee for Education and Cultural Action van ICOM, uit prof. dr. R. Wippler en dr. F. Tazelaar namens de vakgroep Empirische en Theoretische Sociologie van de Rijksuniversiteit Utrecht. Zij allen voegden zich zonder stribbelen naar de leiding van een voorzitter die, zo luidde de opdracht, boven de partijen moest staan.

Rik Vos
voorzitter begeleidingscommissie
Rijksuniversiteit Groningen, juni 1989

Inhoudsopgave

1. Inleiding en probleemstellingen	1
1.1. Inleiding	1
1.2. Publieksonderzoek en bevolkingsonderzoek	4
1.3. Determinanten van museumbezoek	6
1.4. Doel- en probleemstellingen van het onderzoek	7
2. Historische groei van het museumaanbod en het museumpubliek	9
2.1. De CBS gegevens; uitkomsten en kanttekeningen	9
2.2. De CBS definitie; wat wordt wel en wat wordt niet geteld?	13
2.3. Aard van de groei; wat is er bijgekomen?	15
2.4. Groei: is nieuw wel nieuw?	16
2.5. Groei per genre	16
2.6. Conclusies en discussie	17
3. Bevolkingsonderzoek: determinanten van museumbezoek	20
3.1. Determinanten van museumbezoek	20
3.2. Variabelen	21
3.3. Analyse	23
3.4. Conclusies	25
4. Herondervraging educatieve medewerkers opvattingen en activiteiten 1979-1989	26
4.1. Inleiding	26
4.2. Vraagstelling	27
4.3. Opzet en uitvoering	28
4.4. Opvattingen	29
4.4.1. De sociaal-emanipatorische benadering	30
4.4.2. De thematische benadering	31
4.4.3. De vakwetenschappelijke benadering	34
4.5. De positie van het publieksgerichte werk in de musea	36
4.6. De op het publiek gerichte activiteiten	42
4.6.1. De passieve presentatie	43
4.6.2. De actieve presentatie	49
4.6.3. Werving	53
4.7. Over publiekscijfers en publieksgroepen	57
4.7.1. Is de publieksgroei het gevolg van de educatieve activiteiten?	57
4.7.2. Nieuwe publieksgroepen?	59
4.8. Conclusies	61
5. Publieksonderzoek: Sociale profielen van museumpublieksgroepen	63
5.1. Verzameling van de gegevens	64
5.2. Reconstructie van de bijeengebrachte gegevens in vergelijkbare vorm	65
5.3. Publieksbenaderingswijzen	69
5.3.1. Dataverzameling; inventarisatie en beoordelingen	71
5.3.2. Indexconstructie uit de beoordelingen	73
5.3.3. Indexconstructie geïnventariseerde museumkenmerken	78
5.4. Analyse van het opleidingsniveau	81
5.5. Analyse van het beroepsniveau	93
5.6. Conclusies en discussie	94
6. Samenvatting en conclusies	96
Geraadpleegde literatuur	99
Bijlagen	102

Hoofdstuk 1:

INLEIDING EN PROBLEEMSTELLINGEN

1.1. Inleiding

Het gaat heel goed met de publieke belangstelling voor de musea in Nederland. In de laatste decennia is deze enorm gegroeid. Cijfers, ingezameld door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS, 1985, 1986, 1988), laten zien dat het aantal bezoeken^[1] aan Nederlandse musea is toegenomen van 2.6 miljoen in 1950 tot 19.8 miljoen in 1987^[2]. Deze groei heeft gedurende de gehele periode geleidelijk plaatsgevonden, met een kleine stagnatie in de tachtiger jaren. In de periode 1980-1983 werden er rond de 14.5 miljoen bezoeken genoteerd, maar dit getal is in de laatste jaren weer sterk gaan stijgen (Figuur 1.1). Deze toename van het publiek valt samen met een toename van het aantal musea. Volgens dezelfde CBS statistieken steeg dat van 243 in 1950 naar 652 in 1987. Tegelijkertijd steeg evenwel ook de 'bezettingsgraad' aanzienlijk. Kwamen er in 1950 nog gemiddeld 6.500 per museum, in 1986 was dit inmiddels opgelopen tot ruim 30.000. Wanneer men deze ontwikkelingen afzet tegen die in belendende culturele sectoren waarin ook sprake is van 'cultureel uitgaansgedrag', zoals de theater- en concertsector en de bioscoop, dan krijgen deze cijfers nog meer perspectief. Het museumbezoek is (samen met bibliotheekgebruik) een van de weinig culturele sectoren waarin op de langere termijn aanzienlijke winst in publieke belangstelling is geboekt. Voor het overige is er eerder sprake van een dalende tendens (CBS, 1985).

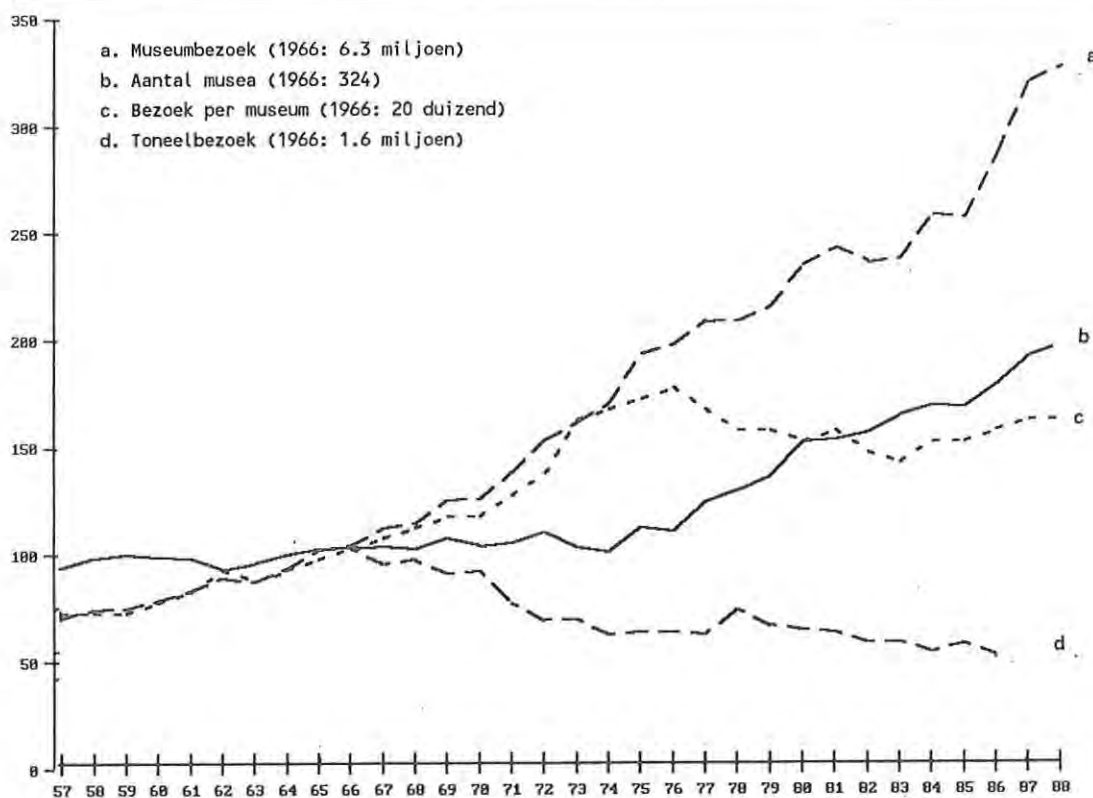
De eerste gedachte die opkomt om deze sterke stijging te verklaren, is dat in de loop der jaren het potentiële museumpubliek, het aantal personen dat in beginsel in het bezoeken van een museum geïnteresseerd is, sterk in omvang is toegenomen. Museumbezoek is in het bijzonder een frequente gedragskeuze onder hoger opgeleiden en daarvan is het aantal in de loop der jaren sterk gegroeid. Ook als er geen veranderingen in de sociale samenstelling van het museumpubliek zijn opgetreden, zou dit ertoe moeten leiden dat het aantal bezoeken moet toenemen. De vergelijking met de ontwikkelingen in naastliggende culturele sectoren als theater, concert en bioscoop leert echter dat deze redenering niet zonder meer opgaat. Daarop is immers dezelfde omstandigheid van toepassing, maar daar treedt geen stijging van de publieksomvang op. Er moet dus iets anders aan de hand zijn dan (alleen) de groei in omvang van het potentiële publiek.

Twee factoren ter verklaring van het contrast tussen musea en de andere culturele sectoren liggen voor de hand. Ten eerste heeft het museumaanbod, anders dan de podiumkunsten, niet een directe concurrentie van nieuw opgekomen massamedia (televisie, video) te duchten. Het lijkt zelfs zo te zijn dat de massamedia bij het publiek een zekere vertrouwdheid en voorkennis creëren, die het museumbezoek eerder stimuleren dan vervangen. Ten tweede is er een belangrijk verschil in de aanspraken op beschikbare tijd die het museumbezoek met zich meebrengt in vergelijking met andere culturele gedragingen. Theater en concert dient men te bezoeken op één

[1] We zullen in de tekst een verschil aanhouden tussen museumbezoeken en museumbezoekers. Het zal duidelijk zijn dat 20 miljoen bezoeken voor rekening van een veel kleinere groep individuen komen. Een groei van het aantal bezoeken impliceert niet direct een groei van het aantal erbij betrokken bezoekers.

[2] Als voorlopig cijfer voor 1988 geeft het CBS 20.3 miljoen bezoeken (CBS, 1988).

Figuur 1.1: Ontwikkelingen in aantallen musea, museumbezoek en bezoek aan gesubsidieerd toneel 1950-1988 (indexcijfers).



Bron: CBS, 1986, p. 26; vergelijk Tabel 2.1.

bepaalde avond, doorgaans een toch al druk bezet tijdstip van de dag. Wat betreft musea en tentoonstellingen is men daarentegen niet aan een bepaalde dag gebonden, noch aan een precies tijdstip. In het verlengde daarvan ligt dat de musea sterk profiteren van het toegenomen toerisme, zowel vanuit het buitenland als door de Nederlandse bevolking in eigen land.

Een volgende factor die kan hebben bijgedragen aan de groei van het publiek is dat er in de loop der tijd zoveel musea zijn bijgekomen dat het totale museumaanbod mogelijk gevarieerder en toegankelijker is geworden. Het lijkt erop dat de uitbreiding van het gebodene (nieuwe collecties en nieuwe musea) zich met name op het terrein van de niet-kunstmusea heeft voorgedaan. Het CBS (1986) verschaft hierover de cijfers als weergegeven in Tabel 1.2. Hierin zijn de door het CBS getelde musea geklassificeerd naar hun genre[3] en jaar van opening. Op deze manier krijgt men een inzicht in welke categorieën musea de laatste jaren de groei het sterkst heeft plaatsgevonden. De suggestie die van deze cijfers uitgaat is dat het traditionele bestand van kunstmusea is aangevuld met collecties van andere aard. Uitgaande van de veronderstelling dat

[3] Het CBS onderscheidt de genres 'beeldende kunst musea' en 'gemengde musea'. Deze zijn door ons samengevoegd. Onder de musea met 'gemengde' collecties bevinden zich namelijk juist de musea met de oudste en grootste beeldende kunst collecties (bijvoorbeeld het Rijksmuseum).

Tabel 1.2: Musea in vijf genres naar openingsjaar.

	Openingsjaar				Aantal musea	
	<1944	1945-64	1965-74	>1975		
Beeldende kunst/gemengd	57%	14%	18%	13%	67	(100%)
Volkenkunde	36%	26%	9%	18%	11	(100%)
Geschiedenis	27%	26%	19%	27%	293	(100%)
Natuurhistorie	23%	19%	27%	29%	47	(100%)
Bedrijf en techniek	14%	17%	34%	36%	107	(100%)

Bron: CBS (1986): Tabel 2.3.

deze anderssoortige voorwerpen in vergelijking met de kunstvoorwerpen een sociaal breder samengesteld publiek trekken, kan dit hebben bijgedragen tot de gegroeide omvang van het totale publiek. Tabel 1.2 geeft overigens daarover niet definitief uitsluitsel; ook al is het aantal niet-kunstmusea proportioneel sterker gegroeid dan het aantal kunstmusea, dat behoeft nog niet noodzakelijk te leiden tot een groter aandeel van die niet-kunstmusea in het totale bestand of in het totale bezoek. Op deze kwestie zullen we gedetailleerd ingaan in het volgende hoofdstuk. Als nog een mogelijke verklaring voor de groei van het museumpubliek kan een vermoeden worden aangevoerd, dat deze groei niet werkelijk bestaat of in ieder geval niet zo groot is als zij lijkt te zijn, maar voortkomt uit de bedriegelijkheid van statistieken. Is er eigenlijk wel sprake van een grote groei van de belangstelling; in hoeverre speelt het een rol dat zaken die vroeger niet als 'museum' werden geassocieerd (in het bijzonder dierentuinen en semi-pretparken) tegenwoordig wel in deze categorie worden geteld? Wat blijft er over van de groei van publieke belangstelling als men de invloed van deze nieuwe categorisering uitschakelt? Is het zo dat de traditionele kunstmusea ook in de gegroeide belangstelling delen? Hoewel het onaannemelijk is dat de gehele groei van het museumpubliek op deze wijze kan worden weggepraat, betreft het hier toch factoren om rekening mee te houden.

Men zou echter de musea zelf geen recht doen, wanneer men hun klaarblijkelijke succes alleen maar zou toeschrijven aan externe omstandigheden, die zich buiten hun verantwoordelijkheid hebben voorgedaan, of als bedriegelijke schijn zou beschouwen. Veel musea hebben er in hun publieksbenadering expliciet naar gestreefd een zo groot mogelijk en een sociaal heterogeen samengesteld publiek binnen te brengen. Verschillende elementen in die publieksbenadering zijn:

- De intensieve reclame voor het museumaanbod die via de massamedia wordt gemaakt, met als recent voorbeeld (1988) de actie rondom 'Nederland Museumland'.
- Aantrekkelijke en klantenbindende reductievormen als de Museumjaarkaart.
- Systematische benadering van de jeugd via het Cultureel Jongeren Paspoort en samenwerking met het onderwijs.
- Het actieve tentoonstellingsbeleid, waarmee gepoogd wordt de attractiviteit van het museum voor een variëteit van potentieel geïnteresseerden te vergroten.
- Educatieve activiteiten in de musea zelf, die in hun presentatie zeer publieksgericht zijn geworden.
- Expliciet drempelverlagende activiteiten door de kunst vanuit het museum 'naar de straat' te brengen.

De publieksgerichte aanpak in de museumsector staat niet op zichzelf, maar maakt deel uit van het streven naar cultuurspreiding, dat vanaf de vijftiger jaren het beleid in de culturele sector in Nederland heeft beheerst. Het kenmerkende van culturele publieksgroepen in het algemeen is dat zij sociaal eenzijdig zijn samengesteld: hogere inkomensgroepen, hogere beroepsgroepen en vooral groepen met een hogere opleiding zijn onder culturele publieksgroepen steeds sterk oververtegenwoordigd. Voorts treedt er een sterke overlapping tussen culturele publieksgroepen aan de dag, zoals tussen het podiumkunstenpubliek en het museumpubliek. Bezien vanuit de subsidiërende overheid ziet het resultaat van het gevoerde beleid er zo uit dat het profijt van inspanningen in de culturele sector langs verschillende kanalen telkens bij min of meer dezelfde groepen terecht komt en dat dit groepen zijn die ook in andere opzichten een goede maatschappelijke positie innemen. Het cultuurspreidingsstreven is de consequentie van deze bevinding. Het heeft zowel van de zijde van de overheid als vanuit de culturele accommodaties en bemiddelaars tot expliciet beleid geleid. Het belangrijkste beleidsmiddel van de overheid is daarbij een algemene subsidie op de toegangsprijs geweest. De musea zelf hebben daarnaast -- gesteund door de overheden -- de reeds geschetste reeks van propagandistische en educatieve activiteiten aan de dag gelegd.

Over de resultaten van het cultuurspreidingsbeleid wordt over het algemeen pessimistisch gedacht (Bevers, 1988). Feitelijke onderzoeksresultaten hierover zijn evenwel betrekkelijk schaars en de interpretatie ervan is altijd met veel haken en ogen omgeven. Voor wat de betreft de podiumkunsten en de bioscoop lijkt het er veel op dat de geslonken publieksomvang samen is gegaan met een verdere exclusivering (Ganzeboom, 1984) van het publiek. Van deze cultuurvormen lijken juist de lagere statusgroepen zich nog sneller en sterker te hebben afgewend dan de hogere statusgroepen. Men zou nu kunnen veronderstellen dat het met het snel gegroeide museumpubliek omgekeerd is vergaan: het gegroeide aantal bezoeken zou afkomstig kunnen zijn uit rijen van minder draagkrachtigen en lager opgeleiden. Niet alleen het gegroeide aantal museumbezoeken geeft voedsel aan deze veronderstelling, maar evenzeer de geschetste ontwikkelingen in het museumaanbod en de verschillende manieren die men aangrijpt om dit aanbod toegankelijk te maken voor een breed publiek. Als dat zo zou zijn, zouden de Nederlandse musea als voorbeeld voor de andere culturele sectoren kunnen gelden.

De grote groei van het museumpubliek roept een aantal vragen op. Waarom is de belangstelling van de musea eigenlijk zo toegenomen? Wie zijn de mensen die erbij gekomen zijn en hoeveel grond is er eigenlijk voor de veronderstelling dat met de groei van het publiek ook de deelname van traditioneel cultureel niet zo actieve groeperingen is toegenomen? Deze vragen zijn het uitgangspunt van het hier gerapporteerde onderzoek geworden.

1.2. Ambtelijke statistieken, publieksonderzoek en bevolkingsonderzoek

Gegevens over museumbezoek zijn in het verleden op drie verschillende manieren verzameld: via ambtelijke statistieken, via publieksonderzoek en via bevolkingsonderzoek. Het ambtelijke statistisch materiaal bestaat uit door het Centraal Bureau van de Statistiek verzamelde gegevens over omvang en aard van de musea, en omvang van het bezoekcijfer. De gegevens voor deze statistieken worden verzameld via een vragenlijst die uitgaat naar de directies van de musea. Behalve de omvang van het bezoek kunnen we er over de publieksvorming van de musea weinig uit leren.

Van een publieksonderzoek is sprake wanneer (een steekproef uit) het publiek van een (of meer)

musea ondervraagd worden naar hun sociale herkomst, belangstelling en dergelijke. Zulk onderzoek is in de museumsector veelvuldig en reeds lang geleden verricht. Een van de bekendste onderzoeken is nog steeds dat naar het publiek van het Haags Gemeentemuseum door Van der Hoek (1956). Hij bekeek in het bijzonder bezoek op de "gratis zaterdagen" en concludeerde dat deze betrokken personen (toch) afkomstig waren uit de "zgn. 'betere buurten'" en overwegend behoorden "tot de groep van de economisch sterkeren en meer ontwikkelden". Dit type onderzoek is in het verleden zeer vaak verricht. Een ten behoeve van de in het volgende te rapporteren heranalyse verrichte inventarisatie heeft over meer dan 180 publieksgroepen in musea en tentoonstellingen gegevens aan het licht gebracht. Qua kwaliteit loopt dit onderzoek uiteen van eenvoudig scriptiewerk tot professioneel marktonderzoek. Sommige bevatten geen enkel voor heranalyse geschikt gegeven, maar de overgrote meerderheid van de betrokken publieksgegevens kan echter wel gebruikt worden voor heranalyse: in totaal zullen we gegevens over 142 publieksgroepen in ons onderzoek gebruiken.

Van een bevolkingsonderzoek is sprake wanneer niet de bezoekers van een bepaald museum, maar de bevolking van een bepaald gebied of heel Nederland ondervraagd worden naar hun museumbezoek. Ook van zulk onderzoek is vrij wat voorhanden, maar dit gaat niet zo ver terug als het publieksonderzoek en is ook niet zo talrijk. Van belang zijn met name de periodieke onderzoeken die het Centraal Bureau voor de Statistiek en het Sociaal en Cultureel Planbureau instellen naar Tijdsbesteding (1975-1980-1985), de Leefsituatie (1974-1977-1980-1983-1986) en het Voorzieningengebruik (1979-1983-1987). In al deze onderzoeken wordt naar museum- en tentoonstellingsbezoek gevraagd. Gegevens over museumbezoek en de sociale samenstelling van museumpublieksgroepen zijn op deze manier derhalve sinds 1974 regelmatig verzameld.

Publieksonderzoek en bevolkingsonderzoek lopen uiteen in opzet. Beide hebben hun sterke en zwakke kanten. De meest opvallende zwakte van het publieksonderzoek is dat men via deze onderzoeksmethode geen gegevens verkrijgt over het niet-publiek. Wanneer één van de vraagstellingen van onderzoek is in hoeverre een bepaalde publieksgroep een eenzijdige sociale samenstelling heeft en waarom dat zo is, is dit een erg grote handicap. Het enige wat men kan doen is een vergelijking maken met bekende statistische gegevens over de Nederlandse bevolking, maar deze mogelijkheden gaan niet veel verder dan leeftijd, geslacht en burgerlijke staat. Ook wat betreft opleiding, beroepssituatie en inkomen is er wel een vergelijking te maken, maar het is lang niet eenvoudig om hiervoor aan de juiste vergelijkingsmaatstaven te komen. In het publieksonderzoek is dan ook maar spaarzaam van deze mogelijkheid gebruik gemaakt (Inter/View, 1969; Bettenhausen-Verbeij, 1977). Het is langs deze weg al helemaal niet mogelijk om een licht te werpen op verdere achtergrond van de sociale samenstelling van publieksgroepen. Bij het bevolkingsonderzoek doen zich wat betreft de vergelijking tussen publiek en niet-publiek weinig problemen voor. Museumbezoek wordt bij ongeveer 40% á 50% van de bevolking aangetroffen. Door ondervraging van doorsnee steekproeven uit de bevolking zijn preciese vergelijkingen te maken tussen museumbezoekers en niet-museumbezoekers, niet alleen wat betreft sociale achtergrond, maar ook wat betreft kenmerken die mogelijk verantwoordelijk zijn voor de oververtegenwoordiging van hogere sociale statusgroepen onder het museumpubliek.

Hoewel om reden van vergelijkbaarheid bevolkingsonderzoek over het algemeen te prefereren is boven publieksonderzoek, heeft het bevolkingsonderzoek ook specifieke zwakten die het publieksonderzoek niet heeft. Bij bevolkingsonderzoek is het vaak moeilijk om de aard van het bezochte museum vast te stellen en na te gaan in welke mate verschillend aanbod tot verschillend samengestelde publieksgroepen leidt. Dit is met name ook het geval doordat vragen naar museumbezoek in bevolkingsonderzoek vaak worden gesteld als onderdeel van een breed opgezette enquête, waarin een groot aantal uiteenlopende kenmerken van de bevolking in kaart wordt

gebracht en waarin derhalve geen plaats is voor veel details. In de periodieke CBS enquêtes wordt bijvoorbeeld slechts gevraagd naar "bezoek aan musea en/of tentoonstellingen", en niet meer. In sommige andere onderzoeken (bijv. Stoppelenburg, 1979; Aanvullend Voorzieningen-gebruikonderzoek) is daaraan nog wel eens een detaillering naar genre toegevoegd, maar deze reikt niet tot op het niveau van de werkelijk bezochte instellingen. Een enigszins verwante moeilijkheid bij bevolkingsonderzoek is dat men moet afgaan op de correctheid van mededelingen van de ondervraagden. Een bezwaar van deze informatie kan zijn, dat vragen naar cultuurdeelname tot op zekere hoogte onderhevig zijn aan de invloed van 'sociaal-wenselijke' beantwoording. Cultuurdeelname is in onze samenleving een positief gewaardeerde gedragsvorm, in het bijzonder onder hogere statusgroepen. Het ligt daarom voor de hand dat ondervraagden in dit opzicht een wat 'gunstiger' beeld van zichzelf scheppen dan met de werkelijkheid zou overeenstemmen.

Het grote voordeel van publieksonderzoek boven bevolkingsonderzoek is dat men tenminste zeker weet dat de betreffende persoon in het publiek van het museum of de tentoonstelling is aangetroffen en men bovendien directe informatie heeft welk soort museumaanbod zijn of haar bezoek gold. Wanneer men uitspraken wil doen over de relatie tussen het karakter van het gebodene (het genre, de presentatie, publieksbenadering) en de aard van het publiek, is de informatie van publieksonderzoeken zeer nuttig, mits deze onderling vergeleken worden. In het hier gepresenteerde onderzoek neemt vergelijkend publieksonderzoek een centrale plaats in.

1.3. Determinanten van museumbezoek

Welk beeld omtrent de samenstelling van museumpublieksgroepen heeft het reeds bestaande onderzoek nu opgeleverd? Wat zijn de belangrijkste factoren die bepalen of mensen museumbezoekers worden (en blijven) en welke voorkeuren zij daarbij aan de dag leggen?

Allerwege toont het onderzoek aan dat de beslissende factor met name de opleiding is. Er treedt ook wel een oververtegenwoordiging van hogere inkomensgroepen, hogere beroepsgroepen en jongeren aan het licht, maar deze is lang niet zo sterk als die van personen met een hogere opleiding. Zij wordt grotendeels veroorzaakt doordat hoger opgeleiden gemiddeld gezien een hogere beroepsstatus en een hoger inkomen hebben dan de doorsnee van de bevolking, alsook gemiddeld jonger zijn dan deze doorsnee van de bevolking. Een tweede factor van belang lijkt de training en socialisatie die men heeft genoten buiten de school om, in het bijzonder in het ouderlijk milieu.

De verklaring van de sociale samenstelling van het museumpubliek (en andere culturele publieksgroepen) dient in hoofdzaak in twee factoren te worden gezocht (Ganzeboom, 1983a, 1983b): informatiedrempels en statusdrempels.

Met informatiedrempels wordt het volgende bedoeld. Mensen gaan naar kunst en cultuur kijken om ervan te genieten. De esthetische ervaring komt evenwel niet zomaar aanwaaien, daarvoor zijn een zekere kennis en een zeker bevattingsvermogen vereist. Hoger en lager opgeleiden verschillen in de mate waarin zij over deze kennis en vaardigheden beschikken. Deze verschillen komen deels tot stand door een verschillende training in het verwerken van culturele informatie in het onderwijs zelf. Deels berusten zij ook op selectie naar algemene cognitieve vaardigheid, die nu eenmaal de consequentie is van een gedifferentieerd onderwijsstelsel. Ook de grote culturele activiteit, die -- onafhankelijk van de verschillen tussen lager en hoger opgeleiden -- optreedt bij mensen die in het ouderlijk huis met cultuur zijn grootgebracht, kan vanuit hetzelfde beginsel verklaard worden.

Naast de culturele kennis en vaardigheden lijkt een tweede factor een grote rol te spelen, namelijk die van statusdrempels rondom museumbezoek. Evenmin als andere vormen van culturele activiteit, vindt museumbezoek in een sociaal vacuüm plaats. Het is een vorm van gedrag die vaak in gezelschap plaatsvindt, of waaraan op zijn minst in gezelschap aandacht wordt besteed. Het gedrag heeft als functie dat men zich er (al dan niet) sociale waardering mee verschaft. Juist smaakuitingen -- waarvan museumbezoek uiteindelijk een neerslag is -- zijn bij uitstek de factoren waarop in het sociale verkeer sympathieën en antipathieën tot stand komen. De consequentie is dat museumbezoekers, in vergelijking met de rest van de bevolking, niet alleen over relatief veel vaardigheden beschikken om culturele informatie te verwerken, maar ook deel uitmaken van een sociaal netwerk waarin museumbezoek als een gangbare en nastrevenswaardige vorm van gedrag wordt gezien.

Het is belangrijk aan te tekenen dat musea in dit opzicht allerminst een ongedifferentieerd aanbod vormen, er treden sterke verschillen op tussen wat geboden wordt. Het museumaanbod kan gekarakteriseerd worden op basis van de twee factoren die hierboven ter verklaring van de sociale samenstelling van museumpublieksgroepen is aangevoerd. Sommige bieden relatief complexe informatie aan en vragen een grote culturele vaardigheid alvorens men er plezier aan kan beleven. Verschillen tussen klassieke en moderne beeldende kunst of tussen cultuurhistorisch en kunsthistorisch aanbod kunnen in deze zin geïnterpreteerd worden.

Maar museumaanbod kan zich ook differentiëren naar de mate waarin men er sociaal aanzien mee kan verwerven. In het museumwerk zelf maakt men soms een onderscheid tussen objecten die traditioneel met hogere statusgroepen gelieerd zijn en objecten 'van het gewone volk', die ontleend zijn aan de leefwereld van een doorsnee van de bevolking. In het bijzonder cultuurhistorische voorwerpen onderscheiden zich naar de mate waarin zij de symbolen van de ene dan wel de andere statusgroep conserveren en presenteren. Soms worden de sociale drempels wel erg letterlijk geslecht. Zo trok het Haags Gemeentemuseum met de Kunstkar de wijken in (Regouin e.a., 1977) en positioneerde het Lijnbaancentrum moderne kunst pal naast de HEMA (Welters, 1975). Ook kunnen educatieve activiteiten van de musea geïnterpreteerd worden in termen van verlaging van dit type sociale drempels.

1.4. Doel- en probleemstellingen van het onderzoek

In het navolgende wordt verslag gedaan van een onderzoek naar het publiek van de Nederlandse musea. Bij de inrichting van dit onderzoek is er niet naar gestreefd met een veelheid van nieuwe gegevens over het museumpubliek te komen. Veeleer is het streven van dit onderzoek geweest om bestaande inzichten en resultaten van eerder verricht onderzoek tot één geheel te integreren. Het heranalyseren en vergelijken van eerder onderzoek leek in dit geval een vruchtbaarder strategie om tot systematische inzichten over het museumpubliek te komen dan het verrichten van grootschalig nieuw onderzoek. We hebben daarbij gebruik gemaakt van een reeks bestaande bronnen:

- a. Ambtelijk statistisch materiaal, in het bijzonder zoals dat wordt ingezameld door het Centraal Bureau voor de Statistiek via de jaarlijkse museumenquête. Dit betreft in het bijzonder materiaal over de uitbreiding van het aantal musea in de afgelopen jaren en de groei van het publiek binnen de verschillende sectoren. De vragen die met behulp van dit materiaal beantwoord kunnen worden zijn: Hoe zijn de ontwikkelingen in het Nederlandse museum-aanbod in de afgelopen decennia te kenschetsen? In hoeverre is er sprake van een cultuur-

spreidend beleid doordat er steeds meer musea bij zijn gekomen met een verhoudingsgewijs eenvoudig informatieaanbod, dat relatief dicht bij de leefwereld van de doorsnee van de bevolking staat?

- b. Een heranalyse van bestaand bevolkingsonderzoek naar museumbezoek waarmee vragen kunnen worden beantwoord over de sociale achtergrond van het publiek van de Nederlandse musea en in welke opzichten deze verschilt van de totale bevolking. De belangrijkste vraag daarbij is of aan de hand van bevolkingsonderzoek valt na te gaan of het waar is dat lagere statusgroepen tegenwoordig meer naar het museum komen dan vroeger het geval was, of dat eerder het omgekeerde het geval is.
- c. Een (her)ondervraging van educatieve medewerkers van een beperkt aantal musea. Bij deze herondervraging ging het er ons in het bijzonder om, te kunnen traceren hoe de opvattingen omtrent publieksbenadering in de Nederlandse musea op dit moment gestructureerd zijn en hoe deze zich ontwikkeld hebben ten opzichte van tien jaar geleden toen een soortgelijke inventarisatie werd gehouden. De te beantwoorden probleemstelling is met name op welke manier de opvattingen over publieksbenadering in de musea in de afgelopen tijd gestalte zijn gegeven en in welke zin dit afwijkt van eerder gangbare opvattingen.
- d. Tenslotte is plaats ingeruimd voor een heranalyse van bestaande publieksonderzoeken. Bij inventarisatie bleken in totaal over 142 publieksgroepen van Nederlandse musea en tentoonstellingen voor heranalyse bruikbare verslagen van onderzoek te bestaan. Dit materiaal verkrijgt een bijzondere waarde wanneer het systematisch vergeleken wordt en aan de kenmerken van de betreffende instellingen wordt verbonden. Met dit materiaal kan in het bijzonder de vraag beantwoord worden, hoe de sociale profielen van museumpublieksgroepen gekoppeld zijn aan de aard van het museum en zijn collectie. In hoeverre is het waar dat kunstvoorwerpen een selectiever samengesteld publiek trekken dan andere voorwerpen? Welke invloed van de publieksbenaderingswijzen van het museum laat zich hierin onderkennen?

Hoofdstuk 2:

AMBTELIJKE STATISTIEKEN: DE GROEI VAN HET MUSEUMAANBOD EN HET MUSEUMPUBLIEK

In dit hoofdstuk worden de ontwikkelingen van het aanbod van musea en collecties in de loop der jaren, alsmede de totale publieke belangstelling daarvoor, aan de hand van gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) nader in kaart gebracht.

2.1. De CBS-gegevens: uitkomsten en kanttekeningen

De meest algemene bron over ontwikkelingen in het museumpubliek in Nederland zijn de gegevens zoals die door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) worden verzameld. Het CBS doet jaarlijks een enquête toekomen aan alle Nederlandse musea. Als onderdeel hiervan wordt geïnventariseerd hoeveel bezoek er in het afgelopen verslagjaar in het betreffende museum is geweest. Het CBS laat in de vragenlijst dit bezoekcijfer op basis van schattingen van de museumdirectie uitsplitsen in (a) betaalde/gratis bezoeken, (b) bezoeken op museumjaar-kaart/overig, (c) bezoeken aan tentoonstellingen/permanente opstelling. Ook wordt er een schatting gevraagd van het percentage buitenlanders onder het bezoek. Het CBS brengt over al deze gegevens regelmatig, meestal jaarlijks, verslag uit. Daarvoor verschijnen specifieke rapporten (CBS, 1986, 1987, 1988), waarin vaak ook nog eens uit gegevens uit andere bronnen, in het bijzonder de grote bevolkingsonderzoeken (AVO) wordt geput. Daarnaast verschijnen de museumbezoekcijfers en de ontwikkelingen in de aantallen musea in algemene CBS publicaties als het Statistisch Zakboek en de langjarige tijdreeksen.[1]

Uitkomsten

De belangrijkste resultaten uit de jaarlijkse enquête zijn reeds in de vorm van Figuur 1.1. weergegeven. Tabel 2.1. geeft de ontwikkelingen nog eens in cijfers weer. Deze laten zien dat het publiek van de Nederlandse musea in de afgelopen 40 jaar gestaag is gegroeid. Er zijn daarbij wel enige fluctuaties ten opzichte van een volkomen rechtlijnige ontwikkeling aan te wijzen: met name in het begin van de jaren tachtig is (op een relatief hoog niveau) stagnatie van de groei[2] opgetreden, terwijl in de laatste jaren juist weer een versnelde groei optreedt. Deze groei van de omvang van het museumbezoek is zullen we in dit onderzoek trachten te verklaren. In dit hoofdstuk zullen we daartoe een nadere blik werpen op de geregistreerde bezoekcijfers zelf. Is er wel sprake van een werkelijke groei, of zitten er hier adders onder het gras? Welke kanttekeningen kunnen hierbij gemaakt worden? Welke conclusies kunnen er aan het patroon van groei zelf ontleend worden?

[1] De jaarlijkse Museum-enquêtes bestrijken een veel breder terrein dan alleen deze bezoekcijfers. Ook onderdelen van het tentoonstellingsbeleid en personeelsontwikkelingen worden er systematisch mee in kaart gebracht.

[2] Deze stagnatie gaf nog kort geleden Carasso (1987) aanleiding tot "een somber toekomstbeeld". Wat betreft de bezoekaantallen is dit in ieder geval ongegrond gebleken.

Tabel 2.1: Groei van aantal musea en museumbezoeken sinds 1950.

jaar	opengestelde musea		
	aantal	bezoeken	
		totaal	per museum
		* 1000	
1950	243	2.616	11
1951	254	2.871	11
1952	255	3.134	12
1953	280	3.526	13
1954	302	3.552	12
1955	304	3.769	12
1956	301	5.032	17
1957	296	4.237	14
1958	310	4.475	14
1959	315	4.523	14
1960	311	4.767	15
1961	309	5.024	16
1962	293	5.391	18
1963	302	5.277	17
1964	315	5.660	18
1965	323	6.206	19
1966	324	6.344	20
1967	327	6.863	21
1968	324	6.990	22
1969	339	7.656	23
1970	328	7.695	23
1971	333	8.477	25
1972	349	9.429	27
1973	326	10.463	32
1975	355	11.924	34
1976	350	12.188	35
1977	394	12.856	33
1978	411	12.884	31
1979	432	13.275	31
1980	485	14.504	30
1981	489	14.992	31
1982	500	14.566	29
1983	525	14.661	28
1984	539	15.959	30
1985	538	15.879	30
1986	572	17.699	31
1987	615	19.847	32
1988	630	20.300	32 (voorlopig cijfer)

Bronnen: Vijfentachtig jaren statistiek in tijdreeksen, CBS, 1984
 Sociaal-cultureel kwartaalbericht 1987, no. 1, CBS, 1987
 Statistisch zakboek, CBS, 1988

Kanttekeningen

Het registreren van aantallen museumbezoeken lijkt op het eerste gezicht een relatief objectieve procedure. Maar zoals bij elke cijferregistratie doen zich ook hier interpretatiemoeilijkheden voor. Er zijn verschillende omstandigheden denkbaar, waarin de in de Statistiek Musea geconstateerde groei schijn zou zijn en niet met werkelijke ontwikkelingen overeenkomt. Voor een goed begrip van de cijfers is het nodig hier wat dieper op deze mogelijke omstandigheden in te gaan. De belangrijkste vragen hebben betrekking op de volgende punten:

- vertekening door responsegedrag,
- de gehanteerde museumdefinitie,
- effecten van verbeterde registratiemethoden.

Wanneer men via een vragenlijst en schattingen bezoekcijfers in kaart brengt, is men voor het resultaat gebonden aan de medewerking (responsegedrag) van de betreffende musea. Wanneer deze hun gegevens niet terugsturen of (al dan niet per abuis) verkeerde gegevens opgeven, wordt het resultaat natuurlijk vertekend. Op dit punt behoeft men zich over de CBS Statistiek Musea echter niet al te veel zorgen te maken: de response van 96% (CBS, 1986: p. 13) op de Museum-enquête is buitengewoon hoog te noemen. De bereidheid van museummedewerkers om aan registratie en onderzoek mee te werken is groot -- een ervaring die wij ook in ons eigen onderzoek gedeeld hebben. Voorzover er non-response is, tracht het CBS deze via een bijschattingsprocedure te corrigeren, opdat hierdoor geen al te grote fluctuaties ontstaan. Niet is de vertekening is die musea zelf eventueel in het opgegeven bezoekcijfer aanbrengen. Verondersteld mag worden dat de musea hiervan in het algemeen een kasregistratie bijhouden en deze cijfers in een jaarverslag vermelden en dat dit daarom een betrekkelijk 'hard' gegeven is. Een belangrijker kwestie dan de invloed van responsegedrag lijkt de vraag te zijn welke objecten door het CBS als museum worden geteld en aangeschreven. Voor de laatste gepubliceerde Museum-enquête (1987) heeft het CBS van 615 musea medewerking verkregen. Dit is een heel groot aantal, maar toch nog niet zo groot als er bijvoorbeeld instellingen op de verzendlijst van de Nederlandse Museumvereniging staan of het aantal instellingen dat een boekje als 'Nederland Museumland 1989' (MJK, 1988) vermeldt: deze beide bronnen komen tot ruim 800 musea in Nederland. De vraag doet zich voor hoe de CBS-definitie van musea zich verhoudt tot andere definities van musea: in hoeverre is er sprake van een systematische onderschatting van het museumpubliek, zoals dat binnen andere definities wordt omschreven en in hoeverre is deze onderschatting veranderd over de tijd?

Andere vragen laten zich stellen met betrekking tot de groei van het aantal instellingen die door het CBS in zijn bestand worden betrokken. Een deel van de groei van het publiek komt voor rekening van instellingen die nieuw in de statistiek zijn verschenen. Wil men kunnen spreken over de groei van het museumpubliek, dan is het wel noodzakelijk dat het publiek van de nieuw getelde instellingen ook inderdaad nieuw is. In het bijzonder moet de mogelijkheid worden uitgesloten dat instellingen reeds langer bestonden en publiek trokken, terwijl zij pas recent in de Statistiek geteld zijn. Dat kan bijvoorbeeld het geval zijn doordat de museumdefinitie van het CBS zelf verandert, of doordat verwante instellingen een lichte beleidswijziging ondergaan[3] of museummachtige afdelingen openen en op deze manier in de statistiek verzeild raken. Een belangrijk voorbeeld hiervan zou gevormd kunnen worden door dierenparken: deze werden traditioneel niet tot de musea gerekend, maar volgens de vernieuwde ICOM definitie behoren ze daar wel toe. Let wel, het gaat er ons hierbij niet om de definitie van dierenparken als musea te

[3] Erkenning als "museum" is geen kwestie om niet: ermee gepaard gaat onder meer de hoogte van het te betalen BTW-tarief (Maurits, 1987).

Tabel 2.2: Verdeling van de Nederlandse musea naar aard van de collectie per periode.

aard museum	voor 1900	1900- 1944	1945- 1964	1965- 1974	1975- 1979	1980- 1984	1985 en later
Beeldende kunst/ Gemengd	20 (48%)	43 (28%)	59 (22%)	73 (19%)	77 (17%)	85 (16%)	91 (15%)
Volkenkunde	2 (5%)	4 (3%)	8 (3%)	9 (2%)	12 (2%)	12 (2%)	12 (2%)
Geschiedenis	17 (41%)	75 (49%)	145 (55%)	202 (52%)	245 (53%)	287 (53%)	326 (53%)
Natuurlijke historie	2 (5%)	15 (10%)	22 (8%)	35 (9%)	42 (9%)	48 (9%)	54 (9%)
Bedrijf en techniek	1 (2%)	15 (10%)	30 (11%)	68 (18%)	89 (19%)	111 (20%)	132 (22%)
Totaal	42 (100%)	152 (100%)	264 (100%)	387 (100%)	465 (100%)	543 (100%)	615 (100%)

Tabel 2.3: Aantal bezoeken aan de Nederlandse musea in 1987, naar aard van de musea en jaar van opening.

	Jaar opening			totaal
	Voor 1965	1965-1979	Vanaf 1980	
Beeldende kunst/ Gemengd	59 5.000.536 (44%)	18 1.680.497 (30%)	14 205.383 (7%)	91 6.886.416 (35%)
Volkenkunde	8 504.333 (5%)	4 22.500 (1%)	0 0	12 526.833 (3%)
Geschiedenis	145 4.096.011 (36%)	100 1.347.215 (24%)	81 607.878 (21%)	326 5.918.200 (30%)
Natuurhistorie	22 540.072 (5%)	20 525.074 (9%)	12 1.296.354 (44%)	54 2.361.500 (12%)
Bedrijf en techniek	30 1.170.031 (10%)	59 2.036.357 (36%)	43 815.129 (28%)	132 4.021.517 (20%)
Totaal	264 11.310.983 (100%)	201 5.611.643 (100%)	150 2.924.744 (100%)	615 19.847.370 (100%)

verdedigen of te bekritisieren. Maar voor de zuiverheid van de discussie zou het belangrijk zijnte constateren dat een belangrijk deel van de groei van het publiek is terug te voeren op een telling van publiek dat ook reeds voorheen in die omvang bestond. In dat geval is van een werkelijke 'groei' is natuurlijk geen sprake.

2.2. De CBS-definitie: wat wordt wel en wat wordt niet geteld?

Om een beeld te verkrijgen van hetgeen wel en hetgeen niet door het Centraal Bureau voor de Statistiek als museum wordt geteld, hebben we een vergelijking gemaakt tussen het bestand van musea in het boekje 'Nederland Museumland 1989' (MJK, 1988) en de aan ons verstrekte lijst van musea die bij de CBS-telling zijn betrokken. Het CBS telde in 1987 615 musea, het boekje 'Nederland Museumland' geeft er 816. Het CBS geeft als definitie van een museum: "*Een instelling met een collectie (of meerdere) die -- in haar geheel of voor een belangrijk gedeelte -- bij voortduring in het openbaar is opgesteld en die tegen betaling of gratis op vastgestelde tijden (en evt. daarnaast op aanvraag) te bezichtigen is*" (Sociaal-Culturele Berichten, 1988-10). Aan het boekje 'Nederland Museumland' ligt geen expliciete omschrijving ten grondslag (telefonische informatie). In bepaalde opzichten is dit als een groot voordeel te beschouwen: het boekje geeft als het ware ook een overzicht van instellingen die 'op de rand' van de definitie liggen en daarmee een inzicht in wat er volgens het CBS wel en wat er niet bij hoort.

De officiële ICOM definitie van een museum luidt: "*A museum is a non-profitmaking, permanent institution in the service of society and its development, and open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits, for purposes of study, education and enjoyment, material evidence of man and his environment*" (ICOM Statutes, Section III, Article 3). Op het eerste gezicht is de ICOM definitie beperkter dan de CBS definitie, in het bijzonder door de toevoeging 'non-profitmaking'. De CBS-definitie sluit winstmakende ondernemingen niet uit. De verschillen tussen de CBS-lijst en de lijst van 'Nederland Museumland' blijken vrijwel geheel te zitten in instellingen die wel in 'Nederland Museumland' zijn opgenomen en die niet door het CBS als museum worden geregistreerd. De andere mogelijkheid, dat het CBS wel een instelling als museum telt, maar dat deze niet in het boekje 'Nederland Museumland' voorkomt, blijft beperkt tot enkele op zichzelf staande gevallen, die kwantitatief geen gewicht in de schaal leggen. De gevallen waarin 'Nederland Museumland' ruimer is dan het CBS laten zich groeperen in de volgende groepen:

- a. Dierentuinen: het boekje 'Nederland Museumland' bevat alle Nederlandse dierenparken en aanverwante instellingen (Apenheul, Dolfinarium), het CBS registreert het bezoek aan slechts één, namelijk het Noorder Dierenpark te Emmen. De reden waarom juist het Noorder Dierenpark wel geteld wordt, is dat het gecombineerd is met een aantal museale afdelingen, waarvan het Biochron het bekendste is. Hoewel lang niet alle bezoekers van het Noorder Dierenpark het Biochron bezoeken, worden alle bezoeken aan het dierenpark als 'museum-bezoek' geregistreerd. Het Noorder Dierenpark (in 1988 1.3 miljoen bezoekers) is daarmee zelfs het grootste 'museum' van Nederland. 'Nederland Museumland' vermeldt in totaal 14 dierenparken en verwante instellingen.
- b. Plantentuinen: deze instellingen worden door het CBS in het geheel niet geregistreerd als musea. 'Nederland Museumland' bevat in deze categorie 27 instellingen.
- c. Bezoekerscentra van natuurparken. Ook deze sluit het CBS uit. Hiervan telt 'Nederland Museumland' er in totaal 28.
- d. Kleinere instellingen. Te zamen betreffen de voorgaande drie categorieën 69 instellingen,

ongeveer 30% van de niet door het CBS getelde instellingen. Voor het overige betreft het vaak instellingen waar niet zo gemakkelijk een etiket op te plakken is, behalve inderdaad dat ze grotendeels zeer klein van omvang zijn. Enige voorbeelden: het landhuis Heringa-State te Marssum (Fr.), het Strijkijzermuseum te Noordbroek (Gr.), het Klokkengieterijmuseum te Vries (Dr.), Museum d'Olde Radio te Diever (Dr.), het Zeemuseum Miramar te Frederiksoord (Dr.), het Speelgoedmuseum te Wesepe (Ov.), Van Vuurpijl tot Spaceshuttle ("het kleinste museum van Nederland") te Lelystad, het AMEV Verzekeringmuseum te Utrecht en het Carnavalsmuseum te Thorn (Lb.). Sommige hiervan vallen niet onder de CBS registratie omdat ze slechts incidenteel of alleen op aanvraag te bezichtigen zijn.

- e. Randmusea. Tenslotte zijn er nog enige instellingen uit 'Nederland Museumland' te noemen die kennelijk buiten de CBS-definitie van 'museum' vallen, omdat zij niet eenduidig aan de definitie voldoen. De meest opvallende namen hierbij zijn publiekstrekkingen als Madurodam ('s-Gravenhage) en de Delta Expo (Werkeiland Neeltje Jans bij Haamstede).

In termen van aantallen bezoeken zijn de belangrijkste verschillen tussen de beide lijsten van musea niet te wijten aan incompleteheid van de CBS registratie, maar terug te voeren op twee definitiekwesties. Ten eerste houdt het CBS klaarblijkelijk vast aan een definitie in termen van 'levenloze objecten', terwijl de definitie die impliciet aan 'Nederland Museumland' ten grondslag ligt -- overeenkomstig de ICOM definitie--, er ook flora en fauna in betreft. Ten tweede trekt het CBS de grens tussen 'museum' en 'pretpark' in sommige gevallen wat dichterbij de traditionele musea dan in 'Nederland Museumland' gebeurt.

Het is niet aan ons om een oordeel te geven over een en ander. Vanuit wetenschappelijk oogpunt valt slechts aan te tekenen dat het CBS standpunt in ieder geval als voordeel heeft dat de telling van musea en museumbezoek niet kunstmatig verhoogd is door verruiming van definitie: wat nu een museum is, zou (in beginsel) 30 jaar geleden ook als zodanig geteld zijn. Het zou aanzienlijk moeilijker zijn om te spreken over trends in publieke belangstelling, wanneer men was meegegaan met de veranderende definitie van wat een museum is.

Niettemin treden er op enige punten ambiguïteiten in de CBS tellingen naar voren[4]: er wordt -- bij de gegeven beperkte definitie -- toch soms wat ruim geteld. Het geval van het Noorder Dierenpark loopt daarbij natuurlijk vanwege de omvang in het oog. Het is duidelijk dat slechts een minderheid van het dierenparkbezoek in feite in het Biochron plaatsvindt. Een soortgelijk geval doet zich voor bij het Nationaal Park De Hoge Veluwe, waarbij ieder bezoek aan het park tot bezoek van het Museum Kröller-Müller wordt gerekend. Ook hier gaat het om een van de grotere instellingen (351.540 bezoeken in 1987). Opvallend is dat in sommige vergelijkbare gevallen (het Banketbakkersmuseum in de Flevohof) wel een 'afschatting' wordt gemaakt van het percentage van het totaal aantal bezoeken aan de instelling dat inderdaad het 'museum'-onderdeel bezoekt. Dat zou in beide andere gevallen ook de zuiverheid van de telling ten goede zijn gekomen.

Tenslotte dient nog vermeld te worden dat er nog categorieën museumbezoek zijn die door geen van beide bronnen worden bestreken. In eigen land is dat met name het bezoek aan galeries en tentoonstellingen met een wisselende of eenmalige opstelling (Nieuwe Kerk, Beurs van Berlage). Dit zal in vergelijking met het totale museumbezoek -- en de ambiguïteiten daarin -- waarschijnlijk niet erg groot zijn.

[4] Met dank aan CBS medewerkers T. Jonkers en A. Korpel-Wysk, die ons op deze details attent maakten.

Van grotere omvang is het museumbezoek van Nederlanders in het buitenland. Op basis van een vergelijking tussen de uitkomsten van het Tijdsbestedingsonderzoek en het Aanvullend Voorzieningen Onderzoek kan men schatten dat ten hoogste 12% van de Nederlanders op vakantie in het buitenland wel eens een museum bezoekt, terwijl ze dat in eigen land naar eigen zeggen niet doen. Waarschijnlijk is dit getal enigszins een overschatting. Tegenover museumbezoek van Nederlanders in het buitenland staat het museumbezoek van buitenlanders in Nederland. Het CBS geeft hiervoor een percentage van 21%, op basis van schattingen van de musea zelf. Het overschrijden van de landsgrenzen bij museumbezoek is derhalve een fenomeen van aanzienlijke omvang en kan niet verwaarloosd worden, zoals bij sommige andere cultuurvormen. Dit is vooral belangrijk als het erom gaat aan cijfers over museumbezoek de trends in culturele belangstelling van de Nederlandse bevolking af te lezen: het kan goed zijn dat deze trends grotendeels op naam van buitenlandse bezoekers en inkomend toerisme moeten worden afgeboekt. Het CBS (1986) behandelt deze kwestie expliciet en komt tot de conclusie dat dit niet het geval kan zijn: tegenover het stijgend museumbezoek staat niet evenredig inkomend toerisme.

2.3. Aard van de groei: wat is er bijgekomen?

Het bestand van Nederlandse musea is de afgelopen decennia sterk gegroeid. Sinds 1965 kwamen er 292 (+47%) instellingen bij. Ook als deze instellingen alle onder de gehanteerde definitie vallen, doen zich ten aanzien van deze groei vragen voor: wat voor een soort instellingen zijn het die deze groei bepalen? Nemen zij een groot of een klein deel van de toename in het bezoek voor hun rekening? In hoeverre zijn zij eigenlijk echt nieuw, of zijn er instellingen bij die reeds langer bestonden (en publiek trokken), maar pas kort geleden in de statistiek zijn opgenomen?

Om deze vragen te kunnen beantwoorden hebben we de ons door het CBS ter beschikking gestelde gegevens van de Museumenquête 1987 aan een nadere bewerking onderworpen. Van elk museum is het oprichtingsjaar bekend (gecategoriseerd in zeven perioden), alsook het eerste jaar waarin het is opgenomen in de statistische tellingen. We hebben deze gegevens gekoppeld aan het aantal bezoeken in 1987, het jaar waarop de enquête betrekking had.

Tabel 2.2 geeft een inzicht in het genre musea die er in de gegeven zeven perioden in de CBS telling zijn bijgekomen[5], geclassificeerd naar genre collectie. Het is een bewerking van Tabel 1.2 uit het vorige hoofdstuk: nu is niet de groei, maar de toestand in elke periode uitgezet naar genre. Tabel 2.2 levert een belangrijke conclusie over ontwikkelingen in de museumwereld. In tegenstelling tot hetgeen in de inleiding verondersteld werd, is het niet zomaar waar dat de recente groei van de Nederlandse musea onevenredig sterk plaats heeft gevonden in de niet-kunstzinnige sector. Weliswaar namen kunstmusea vroeger een groter deel van het bestand voor hun rekening dan tegenwoordig, maar de grote verschuiving heeft reeds tamelijk lang geleden plaatsgevonden, namelijk vóór 1965. Vóór 1900 namen de kunstmusea zelfs 48% van het aantal musea voor hun rekening. Sinds 1965 is het aandeel van de kunstmusea in het totaal nog wel gedaald, maar niet spectaculair (van ca. 20% naar 15%).

De veronderstelde ongelijke verhouding in ontwikkeling tussen kunstmusea en niet-kunstmusea komt wel tot uiting als we niet naar aantal musea in elke categorie kijken, maar naar de omvang van de publieksgroep ervan (Tabel 2.3). Een schatting daarvan ontleen we aan het aantal

[5] Natuurlijk zijn er ook musea verdwenen in deze perioden. Het is echter moeilijk te achterhalen welke dat zijn en wanneer. Het gaat in ieder geval om een relatief bescheiden aantal (in verhouding tot de groei). De hier te presenteren gegevens veronderstellen dat deze opheffingen in de praktijk verwaarloosbaar zijn.

bezoeken aan de betreffende musea in het jaar van onderzoek (1987). Tabel 2.3 laat zien dat het totaal aantal bezoeken in de categorie oudste musea (ontstaan vóór 1965) 11.3 miljoen was; musea ontstaan in de periode 1965-'79 namen 5.6 miljoen bezoekers voor hun rekening; musea ontstaan vanaf 1980 waren goed voor 2.9 miljoen bezoeken. De bezoekcijfers per categorie museum, ontstaan in deze drie perioden, zijn respectievelijk 43 duizend, 27 duizend en 19 duizend: de nieuwere musea behoren dus in doorsnee bij de kleinere instellingen. Dat is misschien niet zo verrassend. Een interessante conclusie laat zich wel trekken na vergelijking van de verdelingen van bezoekaantallen in de verschillende genres: het aandeel van de nieuw opgerichte kunstmusea in het totale aantal bezoeken is beduidend kleiner dan van de oudere kunstmusea 'in hun generatie'. De kunstmusea die voor 1965 werden geopend, nemen 44% van het bezoek in hun generatie voor hun rekening, terwijl dit voor de nieuwste musea (geopend vanaf 1980) nog slechts 7% is. Onder de nieuwste musea (geopend vanaf 1980) nemen met name de natuurhistorische musea een flink deel van het publiek (44%) voor hun rekening. Deze uitschieter berust helemaal op de telling van het Biochron / Noorder Dierenpark. Niettemin blijft de indruk dat de nieuw geopende niet-kunstmusea een onevenredig groot deel van het publiek voor hun rekening nemen.

2.4. Groei: is nieuw wel nieuw?

Vervolgens komt de vraag op in hoeverre de nieuw geregistreerde instellingen ook inderdaad nieuw waren, of al langer bestonden en pas recent binnen de telling is gekomen. Een belangrijk voorbeeld van dit laatste zijn we hierboven al tegengekomen: het Noorder Dierenpark, dat sinds 1980 in de statistiek is opgenomen, maar natuurlijk voordien ook al (als dierenpark) bestond. Het CBS houdt in zijn bestand niet alleen het jaar bij waarin het museum is opgericht, maar ook het jaar waarin het voor het eerst in de Statistiek Musea viel. Het verschil tussen die beide jaren is in beginsel bruikbaar om te bekijken hoeveel instellingen in feite al bestonden, voordat ze in de Statistiek Musea terecht kwamen. In totaal hebben we uit de 615 gevallen er 46 aangetroffen die reeds bestonden voordat ze in de Statistiek werden opgenomen. De betrokken instellingen namen in 1987 1.7 miljoen bezoeken voor hun rekening, gespreid over de afgelopen 20 jaar; dat is veel minder dan de totale groei in die periode. Of dit cijfer werkelijk een goede indicatie voor overschatting van de groei is, is echter zeer de vraag. Het Noorder Dierenpark, een typisch geval waar de mensen al kwamen voordat het een museum werd, behoort merkwaardigerwijs niet bij de betrokken categorie, omdat het volgens de CBS definitie pas in 1980 als museum is opgegaan en op dat moment ook in de statistiek is opgenomen. Hoeveel meer van deze gevallen er bestaan, is moeilijk te zeggen. We kunnen op dit punt weinig anders dan het vermoeden uitspreken dat de categorie van reeds bestaande en later in de statistiek terecht gekomen instellingen bij lange na niet groot genoeg is om de gehele groei van het museumpubliek te verklaren.

2.5. Groei per genre

Er is wel een andere manier waarop we nog kunnen kijken of de groei ook echt is, namelijk door alleen te kijken naar de instellingen die al langer bestaan. Hebben zij ook geprofiteerd van de groeiende publieke belangstelling voor musea? En in hoeverre hebben de traditionele kunstmusea van deze groeiende belangstelling geprofiteerd?

Om deze vragen te kunnen beantwoorden, moet men beschikken over een tijdreeks van bezoekcijfers aan de betreffende musea. We hebben daartoe bij het CBS de gegevens opgevraagd

Tabel 2.4.: Trends in belangstelling voor 53 musea die al in 1965 bestonden en in 1987 meer dan 50.000 bezoekers hadden.

	aantal musea	% groei 1970-1986
Beeldende kunst/ Gemengd	20	141% → 141%
Volkenkunde	4	167%
Geschiedenis	21	189%
Natuurhistorie	1	158%
Bedrijf/Techniek	7	253%
Totaal over alle musea	53	178%

Bron: CBS, eigen herbewerking. Model gedefinieerd als $SU \ln(J_{t+1}/J_t)$, waarin J_t het bezoekcijfers in jaar t is.

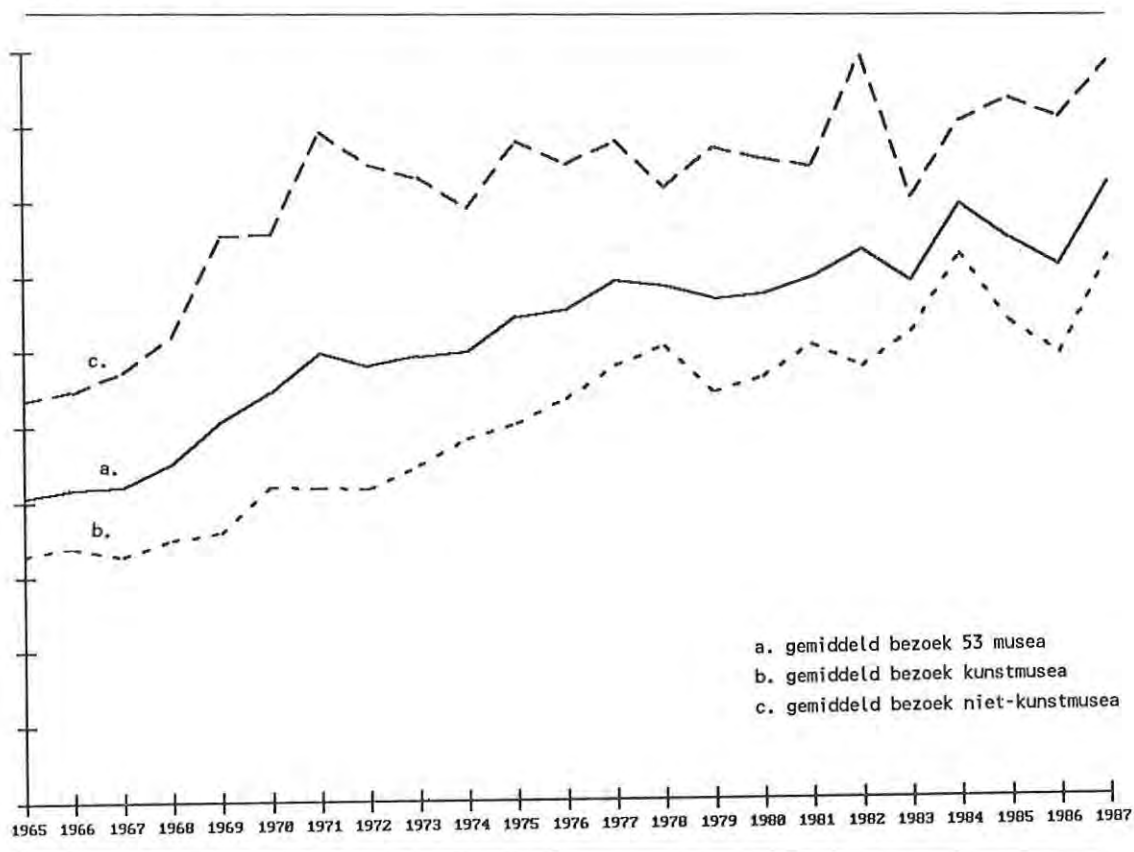
van alle grotere musea die sinds 1965 bestaan. Als ondergrens voor deze categorie hebben we het aantal van 50.000 bezoekers in 1987 genomen. Aan deze beide criteria voldoen 53 musea; in 1987 namen deze samen 10.5 miljoen bezoekers voor hun rekening. De gegevens hierover zijn weergegeven in Tabel 2.4. en Figuur 2.5. De helft van deze grotere, langer bestaande musea valt in de categorie kunstmusea/gemengd. De andere helft is voor het overgrote deel historisch van aard. Gezien de geringe vertegenwoordiging van de andere niet-kunstmusea is een onderlinge vergelijking daarvan niet erg zinvol.

Tabel 2.4 drukt de totale groei van het aantal bezoekers uit in een percentage, berekend uit een statistisch model voor de stijging uitgebeeld in Figuur 2.5. Het gaat hierbij niet om een cijfer dat uitsluitend berust op een contrast tussen twee uiterste jaren, maar om een schatting van de totale stijging ook op basis van de tussenliggende waarnemingen. De groei van het publiek van deze 53 musea bedroeg in deze periode in totaal 178%. In de kunstmusea was deze groei echter slechts 141%, waarbij bovendien opvalt dat het merendeel van de groei vóór 1971 gerealiseerd is. In de niet-kunstmusea is het jaarlijkse groeicijfer constanter en de totale groei hoger dan in de kunstmusea; het bedraagt in totaal 200%. Uit deze verschillen laten zich drie conclusies afleiden. Ten eerste is er sprake van een algemene groei van het museumpubliek, ook onder de al langer bestaande instellingen. Ten tweede is de groei van het museumpubliek onevenredig groot onder de niet-kunstmusea. Ten derde blijkt dat ook de kunstmusea van de gegroeide belangstelling hebben geprofiteerd. Het is dus niet mogelijk om de groei eenzijdig op rekening van één bepaalde categorie musea te schrijven.

2.6. Conclusies en discussie

Onze nadere beschouwing van ontwikkelingen in de museumwereld, zoals deze met name aan

Figuur 2.5: Trends in belangstelling voor 53 musea die al in 1965 bestonden en in 1987 meer dan 50.000 bezoekers hadden.



Bron: CBS - eigen herbewerking

het door het CBS verzamelde statistisch materiaal te ontlelen zijn, laat zich samenvatten in de volgende punten:

- a. In zijn registratie laat het CBS zich leiden door een betrekkelijk behoudende museumdefinitie. Categorieën die in vergelijking met mogelijke ruimere definities, zoals die van het ICOM, ontbreken zijn met name: dierentuinen, plantentuinen, bezoekerscentra en galleries. Door het behoudend karakter van deze definitie zijn de CBS-gegevens goed door de jaren heen vergelijkbaar. Ook lijkt het erop dat nogal wat kleinere instellingen niet geteld worden.
- b. Binnen de CBS-definitie wordt soms wat ruim geteld. Het totale museumbezoek (binnen de CBS-definitie) wordt waarschijnlijk wel enigszins overschat, evenals de stijging van bezoek die in de afgelopen 15 jaar heeft plaats gevonden. Deels moet de stijging ook op rekening van instellingen worden geschreven die al eerder bestonden en publiek trokken, maar pas na verloop van tijd in de Statistiek terecht zijn gekomen. Niettemin is het merendeel van deze stijging als 'echt' te classificeren.
- c. Wat betreft het verschil in ontwikkeling tussen de genres lijkt het erop dat de veronderstelde groei van het aandeel in het totaal van de niet-kunstmusea niet spectaculair is, in ieder geval niet in termen van aantal instellingen. Wel zijn de recent erbij gekomen kunstmusea voor het merendeel kleinere instellingen die een kleiner deel van het publiek voor hun rekening nemen dan de eerder opgerichte kunstmusea.

- d. Uit een vergelijking van de ontwikkeling in publieksomvang in 53 grotere musea kwam voorts vast te staan dat deze groei zich over de gehele linie heeft voorgedaan, maar in de niet-kunstmusea beduidend sterker is geweest dan in de kunstmusea.

In hoofdstuk 5 van dit rapport zullen we musea classificeren naar hun toegankelijkheid. Deze toegankelijkheid wordt bepaald door de complexiteit van de aangeboden informatie en (in samenhang daarmee) de verwijzing naar het alledaagse leven: eenvoudige collecties hebben een aanbod dat een relatief breed publiek aanspreekt, complexe collecties trekken een bovenlaag van hoog opgeleide kunstminnaars. Het in dit hoofdstuk gehanteerde onderscheid tussen kunstmusea en niet-kunstmusea loopt parallel aan dit onderscheid naar toegankelijkheid. Op basis van de in dit hoofdstuk belichte ontwikkelingen is de verwachting gewettigd dat het museumaanbod het sterkst aan de onderkant van de toegankelijkheidsschaal is toegenomen. Dit schept verwachtingen voor de ontwikkelingen in de samenstelling van het museumpubliek: dit zou in de loop der tijd meer uit kringen van lager opgeleiden moeten zijn gerecruteerd. De vraag of dit inderdaad zo is, zal in het volgende hoofdstuk worden beantwoord.

In dit hoofdstuk zijn de musea naar genre gedifferentieerd. Het blijkt dat de ontwikkelingen van de genres enigszins uiteenlopen. Uit deze bevinding kan een aanbeveling voor inrichting van de Statistiek Musea van het CBS worden afgeleid, namelijk dat deze sterker genregewijs dient te worden opgezet. Dat de ontwikkelingen niet over de gehele linie gelijk oplopen, maakt het namelijk onbevredigend dat dit genre-onderscheid niet consequent in de gepubliceerde CBS statistieken wordt verwerkt. De vraag die bij de groei van het museumpubliek door de jaren in feite steeds gesteld moet worden, is in welke mate verschillende genres hiertoe hebben bijgedragen en in het bijzonder in welke mate de kunstmusea in de algemene groei hebben gedeeld. Voor de reeds langer bestaande, grotere musea hebben we laten zien dat dit in mindere mate het geval is dan voor niet-kunstmusea. Voorts hebben we kunnen aantonen dat onder de nieuw ontstane musea de niet-kunstmusea een relatief groot deel van het publiek voor hun rekening nemen.

Hoofdstuk 3:

BEVOLKINGSONDERZOEK: DETERMINANTEN VAN MUSEUMBEZOEK

3.1. Determinanten van museumbezoek

Evenals andere vormen van culturele participatie is museumbezoek een vorm van tijdsbesteding die niet in alle bevolkingsgroepen even frequent voorkomt: onder cultureel actieven treft men door de bank genomen een oververtegenwoordiging aan van hoger opgeleiden, hogere beroepsgroepen, hogere inkomensgroepen en jongeren. Niet al deze verschillen zijn even groot: die oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden steekt er in het bijzonder boven uit. Voor deze oververtegenwoordiging van hogere statusgroepen onder cultureel actieven worden in het algemeen twee oorzaken aangevoerd (Ganzeboom, 1989). De eerste oorzaak ligt in het feit dat het genieten van culturele objecten een zekere vaardigheid en kennis vereist: men moet kunst en cultuur kunnen begrijpen om ervan te kunnen genieten. De vereiste kennis en vaardigheden zijn in het bijzonder verbonden met de opleiding: het onderwijs selecteert personen met grotere kennis en vaardigheden en leert ze op dit punt ook nog het een en ander bij. De tweede reden voor de oververtegenwoordiging van hogere statusgroepen onder culturele publieksgroepen is dat culturele activiteit in deze kringen een meer geaccepteerde gedragsvorm is dan in andere statusgroepen. Culturele activiteit kan niet alleen gezien worden als een vorm van individueel genieten. De meeste mensen gaan niet in hun eentje, maar samen met iemand anders. Culturele activiteit dient daarom ook sociale doelen: men verkrijgt op deze manier bevestiging van de eigen status. Deze komt aan de ene kant tot stand via het gevoel van solidariteit dat het gezamenlijk bezoek (of het praten over het bezoek) tussen leden van dezelfde statusgroep teweegbrengt. Aan de andere kant benadrukken cultureel actieven via hun gedrag hun eigen voortreffelijkheid en brengen op deze manier sociale onderscheiding tot stand. Eerder onderzoek heeft geleerd dat beide factoren een rol spelen bij het totstandkomen van culturele activiteiten: de informatieverwerkingsaspecten spelen daarbij echter de belangrijkste rol. Voor museumbezoek is dit laatste in sterkere mate het geval dan bij theater- en concertbezoek. Het informatieverwerkingsaspect is zeker bij beeldende kunst zeer sterk aanwezig, terwijl de traditioneel statusverlenende aspecten (men denke aan kleding en entourage in het conventionele theater) in het museum in vergelijking met theater en concert op de achtergrond staan.

Twee andere factoren die meespelen in de kansen dat iemand cultureel actief wordt, zijn beschikbare tijd en besteedbaar inkomen (Ganzeboom, 1989). Men moet de tijd hebben om naar een museum of naar een theater te gaan en voor het kaartje moet betaald worden. Op deze punten onderscheidt de museumsector zich van de theater- en concertsector. Het door museumbezoek gelegde tijdsbeslag is van een geheel andere soort dan bij theater- en concertbezoek. Gaat men naar theater en concert op een vooraf vastgelegd tijdstip, gedurende de avonduren (met een sterke concurrentie van de televisie) en volgens een vastgelegde periode (de duur van de uitvoering), naar een museum gaat men op een tijdstip van eigen voorkeur en zonder een vooraf bepaalde duur. Tijdsdruk zal daarom veel minder bepalend zijn voor museumbezoek dan voor theater- en concertbezoek. Ook financieel ligt het met de musea gemakkelijker dan met theater- en concertzaal. Zelfs bij de duurste musea en tentoonstellingen (in Nederland) komt men anno 1989 niet gemakkelijk boven fl. 10.00 als toegangsprijs uit; er zijn tal van kortingsregelingen van

toepassing. Voor die prijs bezoekt men geen theater of concert. Gezamenlijk zijn deze aspecten voor de hand liggende verklaringen voor het verschil in ontwikkeling tussen de beide sectoren: terwijl het bezoek aan theater en concert volgens de statistieken stagneert, is dat aan de musea ontegenzeggelijk gestegen.

In dit hoofdstuk zullen we naar museumbezoek kijken op basis van beschikbaar bevolkingsonderzoek. Welk beeld bieden landelijke bevolkingsonderzoeken over museumbezoekers en welke veranderingen in sociaal profiel hebben zich volgens deze onderzoeken voorgedaan? We zullen daartoe een vergelijking maken van gegevens die verzameld zijn in drie onderzoeken die gehouden zijn in een periode van 10 jaar. De aard van deze gegevens is niet anders dan dat men de invloed van globale sociale achtergrondgegevens (opleiding, beroep, inkomen, leeftijd, gezinssituatie) kan nagaan. Het is niet mogelijk meer inhoudelijk-verklarende kenmerken in de analyse te brengen. De in dit hoofdstuk gebruikte landelijk onderzoeksbestanden laten helaas ook niet toe dat we differentiëren naar de aard van het bezochte museum. Het gaat hier slechts om museumbezoek als zodanig. In hoofdstuk 5 zal nog blijken dat er grote verschillen optreden tussen verschillende soorten musea.

3.2. Variabelen

Om een historische vergelijking tussen vroeger en nu te kunnen maken, is gekozen voor een vergelijking tussen de gegevens die in 1975, 1980 en 1985 door het Sociaal en Cultureel Planbureau (e.a.) in het zogenaamde Tijdsbestedingsonderzoek (TBO) zijn verzameld. In de drie onderzoeken is precies dezelfde vraag naar museumbezoek gesteld. Deze luidde:

"Hoe vaak gaat U naar musea / tentoonstellingen?"

Voor beantwoording konden de ondervraagden kiezen uit:

- nooit
- 1 keer per jaar
- 1 keer per half jaar
- 1 keer per 4-5 maanden
- 1 keer per 2-3 maanden
- tenminste 1 keer per maand
- 2-3 per maand
- vaker dan 2 á 3 keer per maand.

De verdienste van de gegevens uit de TBO's is dat zij op een periode van 10 jaar betrekking hebben, dat in die periode steeds precies dezelfde vraag is gesteld en dat voor de beantwoording een beroep wordt gedaan op gekwantificeerde categorieën. In deze opzichten steken zij gunstig af bij de gegevens uit andere bronnen. Toch is de vraagstelling van de TBO's niet optimaal. Merk op dat zij niet verwijst naar een concrete periode, zoals "het afgelopen jaar", of naar een concrete gebeurtenis vraagt als "wanneer heeft U voor het laatst een museum bezocht?". Vanzelfsprekend brengt de vraag naar museumbezoek geen differentiatie aan naar genre (kunst versus niet-kunst), of naar museumbezoek in Nederland en museumbezoek buiten Nederland.

Ook de vragen naar andere in deze analyse te betrekken kenmerken zijn op vrijwel identieke

Tabel 3.1: Sociale achtergrond, museumbezoek en podiumkunstenbezoek volgens Tijdsbestedingsonderzoek 1975-1985

		TBO75	TBO80	TBO85
LEEFTIJD	21-64	37.9	37.2	39.1
JONG KIND	0-1	51%	48%	41%
OPLEIDING	1-6	2.57	2.70	3.56
BEROEP	1-6	3.63	3.70	4.26
INKOMEN	0-1	23%	34%	36%
MUSEUMBEZOEK	1-3			
nooit	(0 x pj)	60%	54%	49%
incidenteel	(1-3 pj)	31%	36%	36%
frequent	(>= 3 pj)	10%	12%	15%
THEATERBEZOEK	1-3			
nooit	(0 x pj)	68%	65%	63%
incidenteel	(1-3 pj)	20%	24%	25%
frequent	(>= 3 pj)	13%	11%	12%
N		997	2165	2384

wijze aan de ondervraagden voorgelegd. De kenmerken die we in onze analyse betrekken, zijn:

- Leeftijd.
- Aanwezigheid van een jongste kind tussen 0 en 12 jaar (voor ouders). Bij eerdere analyses is vastgesteld dat dit kenmerk in grote mate bepaalt hoeveel tijd en gelegenheid men heeft voor cultureel uitgaansgedrag. We gebruiken dit kenmerk om te testen of museumbezoek inderdaad een minder tijdsdrukgevoelige activiteit is dan theaterbezoek. Dit zou de uiteenlopende ontwikkelingen in omvang van het publiek van deze activiteiten kunnen verklaren.
- Opleiding. Hierbij wordt gebruikt gemaakt van een zesdeling, uiteenlopend tussen 'alleen lager onderwijs' en 'wetenschappelijk onderwijs'.
- Beroep. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een indeling naar zes beroepsgroepen, geordend naar hun culturele activiteit. Agrarische beroepen staan op dit punt onderaan, dan komen ongeschoolde en geschoolde arbeid, middenstanders, lagere/middelbare employés en hogere beroepen. Het beroep refereert in eerste instantie naar huidig of vorig beroep. Niet-werkzame partners kregen het beroep van de werkzame partner en inwonende kinderen het beroep van het hoofd huishouden toegekend. Op deze manier heeft meer dan 90% van de steekproef een geldige beroepsscore. Deze kan in het bijzonder worden opgevat als een indicatie -- naast het huishoudinkomen -- van de sociaal-economische mogelijkheden van het huishouden waarvan men deel uitmaakt.
- Inkomen. Helaas zijn hierover geen gedetailleerde gegevens bekend in het TBO85 - hierin vinden we alleen een tweedeling naar onder of boven de ziekenfondsgrens (verplicht verzekerd). Dit verdeelt de steekproef ongeveer in 2/3 (verplicht verzekerd) en 1/3 (vrijwillig verzekerd). De inkomensgegevens in de andere twee bestanden zijn meer gedetailleerd, maar lopen ook qua codering uiteen. Daarom zijn ook deze teruggebracht tot eenzelfde tweedeling[1].

[1] Het blijkt overigens dat deze vergroving tot twee inkomenscategorieën voor het TBO75 en het TBO80 niet veel uitmaakt voor de conclusies over de werking van deze factor.

Tabel 3.1 geeft een overzicht van de gemiddelden en verdeling van verschillende kenmerken die bij de analyse betrokken zullen worden: leeftijd, opleiding, beroep, huishoudinkomen, leeftijd jongste thuiswonende kind, en de twee culturele activiteiten die we met name met elkaar zullen vergelijken: museumbezoek en podiumbezoek. Aan de gemiddelden kan men goed aflezen hoe de ontwikkeling in de Nederlandse bevolking in de periode 1975-1985 verlopen is. De trends laten zich als volgt beschrijven:

- De leeftijdsverdeling schuift op in de richting van ouderen. Overigens beperken we onze analyse tot de bevolking tussen 21 en 64 jaar oud.
- Het aantal personen met een jongste kind tussen 0 en 12 jaar neemt af met ongeveer een kwart.
- De opleiding stijgt met bijna een punt over een schaal die loopt van 1 tot 6.
- Het beroep stijgt met driekwart punt op een schaal van 1 tot 6.
- Het aantal mensen in de hoogste inkomenscategorie stijgt. Dit behoeft evenwel strikt genomen niet overeen te komen met een trend in de bevolking, omdat deze verdeling afhangt van de manier waarop we de inkomensverdeling voor de eerste TBO's in twee stukken gehakt hebben. In feite kwam de ontwikkeling van het inkomenspeil van de Nederlandse bevolking in de periode 1975-1985 wel overeen met wat Tabel 3.1 toont: tussen 1975 en 1980 was er nog stijging, daarna was het gemiddeld inkomen vrijwel stabiel.

De verdelingen van de twee cultuurdeelnamevormen, museumbezoek en theaterbezoek, wordt in drie categorieën weergegeven, 'nooit', 'incidenteel' (vanaf 1 keer per jaar) en 'frequent' (vanaf 1 keer per 2 á 3 maanden). Deze verdelingen bevestigen dat het aantal museumbezoekers in de bevolking in deze 10 jaar inderdaad is toegenomen, en wel van 40% naar 51%. De groei heeft niet alleen plaatsgevonden in de categorie 'incidentele bezoekers', maar ook in de categorie 'frequente bezoekers'. De groei van het aantal bezoekers onder de bevolking is een onafhankelijke bevestiging van het feit dat de in de Statistiek Musea (zie hoofdstuk 2) geconstateerde groei van het aantal museumbezoeken tenminste ten dele staat voor een reële groei van de participatie van de Nederlandse bevolking (in Nederland of elders). De ontwikkelingen in het theaterbezoek wijzen ook enigszins op een groei van het aantal belangstellenden in deze sector, maar deze is veel minder groot dan in de museumsector.

3.3. Analyse

Tabel 3.2 geeft de verschillen in activiteit weer tussen de onderscheiden bevolkingsgroepen. Per categorie is daarbij het feitelijke percentage museum- en theaterbezoekers uitgezet. Deze cijfers hebben niet steeds een regelmatig verloop. Dit is deels te wijten aan steekproeffluctuaties in de uitgesplitste groepen van kleine omvang. Voor een vergelijking tussen de jaren en tussen de verschillende sociale achtergrondskennmerken zijn we daarom meer geïnteresseerd in een samenvattende coëfficiënt. Per achtergrondsvaariabele geeft Tabel 3.2 twee van zulke samenvattende coëfficiënten:

- Correlatie (r): deze geeft de gemiddelde verschillen tussen de sociale groepen weer.
- Regressie (β): deze geeft de gemiddelde verschillen tussen de sociale groepen weer, gecorrigeerd voor de onderlinge samenhang tussen de achtergrondsvaariabelen.

Regressiecoëfficiënten zijn eigenlijk interessanter dan correlatiecoëfficiënten, omdat zij iets zeggen over de onderlinge relaties tussen de werking van de achtergrondsvaariabelen. Men kan eraan bijvoorbeeld aflezen in hoeverre de geconstateerde verschillen tussen beroeps- en inkomensgroepen zijn terug te voeren op de verschillen die de (met beroep en inkomen in

Tabel 3.2: Museumbezoek en theaterbezoek naar sociale achtergrond

	MUSEUMBEZOEK			THEATERBEZOEK		
	'75	'80	'85	'75	'80	'85
DEELNAME	39%	46%	51%	32%	36%	38%
LEEFTIJD						
20	51%	46%	44%	35%	29%	36%
30	36%	44%	48%	34%	34%	35%
40	39%	51%	54%	32%	38%	39%
50	42%	44%	54%	27%	41%	38%
60	28%	42%	54%	31%	38%	40%
r	-.10	-.01	.06	-.05	.06	.03
β	-.06	.04	.11	.01	.09	.05
JONG KIND						
niet	43%	46%	54%	32%	38%	42%
wel	38%	44%	47%	33%	33%	31%
r	-.05	-.01	-.05	-.02	-.05	-.12
β	-.06	-.01	-.01	-.01	-.02	-.10
OPLEIDING						
lo	25%	29%	36%	18%	28%	20%
lbo	36%	39%	35%	22%	28%	23%
mavo	44%	53%	50%	42%	40%	38%
vwo,mbo	57%	53%	56%	52%	42%	45%
hbo	60%	72%	73%	52%	55%	52%
wo	74%	87%	88%	74%	72%	65%
r	.27	.28	.30	.31	.21	.26
β	.18	.22	.28	.26	.14	.21
BEROEP						
agrariſche beroepen	24%	28%	(47%)	23%	23%	(35%)
arbeider	29%	32%	36%	16%	22%	18%
zelfstandigen	51%	43%	36%	25%	37%	26%
lage employés	35%	44%	51%	40%	37%	37%
midden employés	36%	55%	55%	29%	42%	42%
hogere beroepen	53%	65%	72%	37%	58%	53%
r	.16	.22	.15	.20	.22	.15
β	.01	.08	.06	-.04	.12	.08
INKOMEN						
laagſte 2/3	34%	40%	43%	27%	29%	30%
hoogſte 1/3	60%	60%	62%	50%	47%	48%
r	.24	.19	.18	.27	.18	.19
β	.14	.08	.06	.06	.08	.09
N	997	2165	2382	997	2165	2382

~: ſtatistisch niet ſignifikant ($p > .10$). Percentages tussen haakjes hebben betrekking op een zeer kleine groep.

verband ſtaande) opleiding teweeg brengt.

De conclusies bij Tabel 3.2 kunnen als volgt worden geformuleerd:

- Er beſtaan grote verſchillen in museumbezoek tussen ſociale ſtatusgroepen, zoals uitgedrukt in opleiding, beroep en inkomen. De verſchillen naar opleiding zijn verreweg het grootſt en kunnen niet worden teruggevoerd op de verſchillen die door beroep en inkomen teweeg worden gebracht. Het beroep en inkomen hebben wel een zelfſtandige werking op

museumbezoek, ook als met de invloed van opleiding en de andere factoren rekening wordt gehouden, maar deze is betrekkelijk klein.

- Veel systematische verschuiving in de invloed van opleiding, beroep en inkomen is er in de bestudeerde 10 jaar niet op te merken. In ieder geval is het niet zo dat de verschillen tussen opleidingsgroepen in deze periode zijn afgenomen; ze stijgen zelfs. De verschillen tussen de twee onderscheiden inkomenscategorieën dalen daarentegen.
- De verschillen in museumbezoek tussen leeftijdsgroepen waren in 1975 vrij groot: met name gingen jongeren (veel) vaker dan de oudste groep. Deze verschillen zijn in 1985 omgeslagen in iets hoger deelnamecijfer onder de oudere groepen.
- Het hebben van jonge kinderen maakt zowel voor museum- als theaterbezoek verschillen, maar deze zijn niet groot. De verschillen zijn wat groter voor theaterbezoek in 1980 en 1985, maar het maakt niet veel uit en in 1975 zijn de verschillen voor museumbezoek zelfs groter dan die voor theaterbezoek. Dit laatste is in strijd met de veronderstelling dat theaterbezoek zoveel tijdsdrukgevoeliger is dan museumbezoek.

3.4. Conclusies

De voorgaande analyse over museumbezoek als globale categorie bevestigt in hoofdzaak hetgeen uit eerder bevolkingsonderzoek ook al naar voren is gekomen: grote verschillen naar museumbezoek treden met name op tussen hoger en lager opgeleiden. Deze verschillen zijn volgens de in dit hoofdstuk geanalyseerde gegevens in de loop der tijd niet afgenomen, maar eerder toegenomen. Los daarvan bestaan er verschillen tussen beroeps- en inkomensgroepen, maar deze zijn minder groot en nemen, voorzover het inkomen betreft, over de tijd af. Verschillen naar beroep zijn geheel te herleiden tot de verschillen naar inkomen en opleiding die er nu eenmaal tussen beroepsgroepen bestaan. De grootste rol wordt echter gespeeld door de verschillen in opleiding en wanneer men spreekt over sociale ongelijkheid in museumbezoek, dient men zich met name hierop te richten. Het is dan ook deze factor die in het volgende bijzondere aandacht zal krijgen.

De bevindingen in dit hoofdstuk laten ons wel met een puzzle achter. In hoofdstuk 2 hebben we aangetoond dat het bezoek met name in de eenvoudige genres was toegenomen. Omdat deze genres een lager opgeleid publiek trekken (zie hoofdstuk 5) zou dit moeten betekenen dat over de tijd genomen de verschillen tussen opleidingsgroepen afnemen. Dat dit bij analyse van bevolkingsonderzoek niet zo blijkt te zijn, kan verschillende oorzaken hebben. In hoofdstuk 2 is al uiteengezet dat er geen ondubbelzinnige relatie bestaat tussen museumbezoek als geregistreerd aan de museumkassa en zoals geregistreerd in een enquête als het Tijdsbestedingsonderzoek. Deze twee typen gegevens verschillen nogal in de groepen waarop ze betrekking hebben. Deze verschillen hebben onder meer te maken met bezoek van Nederlanders in het buitenland en buitenlanders in Nederland. Belangrijker is wellicht de mogelijkheid dat een gedeelte van het museumbezoek door de bezoekers nooit gemeld wordt, omdat ze het zelf niet als museumbezoek zien. Het voorbeeld van het Biochron / Noorder Dierenpark kan er op dit punt weer bijgehaald worden. Wiens gedachten gaan nu uit naar het dagje met de kinderen in de dierentuin, wanneer gevraagd wordt naar 'musea en tentoonstellingen'. Een gedetailleerdere vraagstelling, ook wat betreft genres, zou hier soelaas kunnen bieden.

Hoofdstuk 4:

HERONDERVRAGING EDUCATIEVE MEDEWERKERS: OPVATTINGEN EN ACTIVITEITEN 1979-1989

4.1. Inleiding

"Wil men de toegankelijkheid van de museumcollecties versterken, ten einde het museum maatschappelijk beter te doen functioneren, dan zal vooral aan de taak van presentatie aandacht moeten worden besteed. Eerste voorwaarde is hierbij, dat in het beleid van de musea het belang van het educatieve museumwerk niet alleen wordt onderkend, maar dat voor dit werk ook een duidelijke plaats wordt ingeruimd."

Deze passage is afkomstig uit de CRM nota 'Naar een nieuw museumbeleid' die in 1976 verscheen. De erkenning van overheidswege van het educatieve werk betekende een "historisch moment in de geschiedenis van het vak.." (Overduin, z.j.[1983]). Maar de beklemtoning van de op het publiek gerichte taak van de musea leidde tot verdeelde reacties. Het bestuur van de Museumvereniging las in de nota een overwaardering van de educatieve taken en vreesde dat de 'overige basistaken' van het museum zouden worden overschaduwed (NMV, 1977). Een aantal leden van de Museumvereniging, meest educatieve medewerkers, deelde deze vrees niet. Zij verklaarden in een officiële reactie de Minister bijzonder erkentelijk te zijn voor het belang dat hij signaleert tussen collectie(vorming) en de presentatie ervan naar de verschillende publieksgroepen en voor de relatie die wordt gelegd tussen het museum enerzijds en het onderwijs en andere sociaal-culturele voorzieningen anderzijds.

De jaren '70 worden wel aangemerkt als de jaren van de educatieve hoogconjunctuur. Het aantal educatieve diensten en medewerkers neemt toe en er ontstaan nieuwe, opvallende educatieve activiteiten zoals educatieve thematentoonstellingen en museumkoffers voor het onderwijs en de Kunstkar voor wijktenoonstellingen. Toch wordt eind jaren '70, naar eigen zeggen in de helft van de musea niet en in een kwart weinig aan educatief werk gedaan, is de traditionele rondleiding nog het meest gebruikte educatieve middel en is de bepleite gelijkwaardige positie tussen conservatoren en educatoren maar in beperkte mate gerealiseerd (Daamen & Haanstra, 1980). Doelen en middelen van het educatieve werk leidden tot felle discussies, zowel tussen voor- en tegenstanders van een versterking van de publieksgerichte museale taken, als tussen educatieve medewerkers onderling.

In de eerste helft van de jaren '80 is er nog een toename van de educatieve activiteiten te constateren. Blijkens het CBS waren de musea in 1983 in vergelijking met vijf jaar daarvoor "een stuk actiever geworden in het organiseren van informatieve en educatieve activiteiten van velerlei aard" (CBS, 1985). Maar de discussies over het waarom en het hoe van het educatieve werk lijken af te nemen. Het museum wordt geconfronteerd met nieuwe problemen en omstandigheden, zoals bezuinigingen, decentralisatie en verzelfstandiging.

Als eind 1987 de balans wordt opgemaakt voor het educatieve werk in de musea voor moderne kunst luidt de conclusie dat het modewoord 'educatie' geheel is verdrongen door 'public relations' en dat de educatieve medewerker veelal is ingelijfd bij voorlichting en public relations. Niet publieksbegeleiding, maar publiekswerving zou nu het hoofddoel zijn (Willink, 1987).

In dit hoofdstuk gaan we na welke opvattingen er bestaan ten aanzien van de publieksbenadering

in de musea, welke activiteiten er op dat gebied worden ontplooid en in hoeverre ze verschillen met de situatie van tien jaar geleden. Om hierover uitspraken te kunnen doen is een replicatie uitgevoerd van een onderzoek uit 1979/80, waarbij medewerkers van 21 musea zijn geïnterviewd (Holman, 1980).

4.2. Vraagstelling

Tien jaar geleden werden door Holman op basis van de uitspraken van de museummedewerkers drie stromingen onderscheiden in de opvattingen over het educatieve werk :

- a. De vakspecialistische of vakwetenschappelijke benadering. Deze heeft tot doel door middel van informatie een toelichting te geven op de collectie of het verzamelgebied.
- b. De thematische benadering gericht op het overbrengen van thema's of principes uit het verzamelgebied, waarbij de collectie een middelfunctie vervult.
- c. De benadering vanuit sociaal-emancipatorische doelstellingen. De collectie vervult ook hier een middelfunctie, maar de thema's komen niet in de eerste instantie uit het vak of verzamelgebied voort.

De vakspecialistische of vakwetenschappelijke benadering heeft de oudste wortels. De activiteiten hebben tot doel de beoefenaars van de wetenschap of kunstenaars, maar ook geïnteresseerde leken een toelichting op de collectie te verschaffen.

De sociaal-emancipatorische en de thematische publieksbenadering komen voor een deel overeen. De collectie of de museumobjecten vervullen in beide benaderingen een middelfunctie. Het doel van de activiteiten van de sociaal-emancipatorische publieksbenadering reikt vaak verder en is maatschappelijk geëngageerd. Vaessen (1986) benoemt laatstgenoemde benadering als de 'responsieve' museumopvatting.

De sociaal-emancipatorische benadering was het sterkst verbonden met de welzijnsideologie van de jaren '70 en het meest verwijderd van de strikt museale taak van het toelichten van de objecten. Deze opvatting ondervond van begin af aan ook de meeste kritiek. In paragraaf 4.4 gaan we na of deze stroming zich in de jaren '80 heeft gehandhaafd.

In de jaren '70 moesten degenen die de publieksgerichte taken van de musea wilden uitvoeren zich een positie verwerven ten opzichte van degenen die van oudsher de objectgerichte taken van de musea (verwerving, behoud en beheer) uitvoerden. Hoewel de wens tot meer zeggenschap voor alle drie opvattingen over publieksbegeleiding gold waren de eisen binnen de thematische en sociaal-emancipatorische benaderingen verdergaand. Deze museummedewerkers wilden behalve het hoe ook mede het wat van de presentaties bepalen. Ook wilden ze invloed op het verzamelbeleid. Zij spraken daarbij over 'publieksaankopen' en het hanteren van 'didactische' criteria bij het verzamelen. Aanhangers van de vakwetenschappelijke opvatting wensten deze invloed niet. Zij beschouwden de verzamelde en gepresenteerde objecten als een gegeven voor hun begeleidende activiteiten. In paragraaf 4.5 gaan we na in hoeverre de positie van de publieksbegeleiders, zoals die degenen met een thematisch of emancipatorisch gerichte opvatting voor ogen stond, is gerealiseerd.

In de nota 'Naar een nieuw museumbeleid' werden aan de op het publiek gerichte taak drie deeltaken onderscheiden: passieve presentatie, actieve presentatie en voorlichting.

"Museumpresentatie opgevat als expositie-inrichting, kan men als 'passieve presentatie' beschouwen, tegenover 'actieve presentatie' in de educatieve sfeer. Voorlichting tenslotte is

specifiek naar buiten gericht en wel in het bijzonder op de werving van het publiek" (p. 48). In het onderzoek van Holman en ook in deze replicatie is deze globale indeling aangehouden.

Tien jaar geleden werd geconstateerd dat de werkzaamheden van de educatieve medewerkers nog voornamelijk op de actieve begeleiding van de groepsbezoekers gericht waren en maar in beperkte mate op de passieve presentatie ten behoeve van de individuele bezoeker. In paragraaf 4.6 gaan we in op de vraag of men zich in de begeleiding meer is gaan richten op die individuele bezoeker en op de vraag welke middelen bij de publieksbegeleiding worden benut. Hebben de traditionele maar vaak bekritiseerde middelen als de rondleiding zich gehandhaafd of is men door technologische ontwikkelingen op grote schaal nieuwe presentatiemiddelen gaan gebruiken?

De derde deeltaak, de werving van het publiek heeft blijkens recente publicaties veel meer aandacht gekregen in het beleid van musea. Is die aandacht zo sterk dat men kan spreken van een totale verschuiving van vorming naar werving en een opgaan van educatieve afdelingen in public relations afdelingen? Deze vraag wordt in het laatste deel van paragraaf 4.6 behandeld. Zowel de vakspecialistische als de thematische publieksbenadering sloten aan bij de traditionele cultuurspreidingsgedachte, dat wil zeggen dat men het publiek wilde inleiden tot en laten deelnemen aan gevestigde cultuuruitingen. Musea die kiezen voor de sociaal-emancipatorische publieksbenadering zetten vraagtekens bij deze cultuurspreidingsgedachte. Zij hanteerden een breder cultuurbegrip, dat ook uitingen van massacultuur omvat. Deze musea werkten voor (en ook met) het niet traditionele museumpubliek. Zij wilden expliciet nieuwe groepen bereiken en één van de middelen daarbij was structurele samenwerking met sociaal-culturele instellingen. Binnen de vakspecialistische benadering had men niet zo'n zendingsdrang. In hoeverre willen musea nog steeds een ander publiek bereiken of wil men vooral méér publiek? Die vraag komt in paragraaf 4.7 aan de orde.

4.3. Opzet en uitvoering

Na het verschijnen van de nota 'Naar een nieuw museumbeleid' werd door de Nederlandse Museumvereniging en het toenmalige Ministerie van CRM onderzoek geïnitieerd op het gebied van publieksgerichte museumactiviteiten. Dit resulteerde in het Museumonderzoeksproject, uitgevoerd door het voormalige Kohnstamm Instituut van de Universiteit van Amsterdam. Het project omvatte drie onderdelen: de evaluatie van een educatief schoolproject van het Centraal Museum Utrecht (Haanstra, 1979), een landelijke inventarisatie van het educatieve werk van Nederlandse musea (Daamen & Haanstra, 1980) en een analyse van opvattingen over de op het publiek gerichte taak van musea (Holman, 1980). Deze laatste analyse werd verricht op basis van in totaal 24 interviews met educatieve medewerkers en enkele directeuren en conservatoren van 21 musea. Op een enkele uitzondering na betrof het musea waarin veel aan educatief werk werd gedaan, maar die verschilden in grootte en aard van de collectie. Drie instellingen konden worden aangemerkt als tentoonstellingsdiensten en niet als musea.

In het huidige onderzoek zijn medewerkers van, voor zover mogelijk, dezelfde 21 musea geïnterviewd. Bij tien van de musea was de medewerker die indertijd werd geïnterviewd, nog werkzaam in hetzelfde museum. Deze personen zijn geherinterviewd. Bij de andere helft van de musea werden huidige medewerkers die verantwoordelijk zijn voor de publieksgerichte taken ondervraagd. Twee musea bleken inmiddels geheel of grotendeels gesloten. In één geval is toch besloten tot een herinterview, in het andere is een vervangend museum gezocht. Bijlage 4.1 geeft een overzicht van de musea en de geïnterviewden toen en nu.

De te interviewen personen kregen vooraf een samenvatting van het Museumonderzoeksproject (met name het onderdeel over opvattingen) toegestuurd, alsmede een verslag van het interview uit 1979 dat op betreffende persoon of betreffend museum van toepassing was.

De belangrijkste vraagpunten in de interviews betroffen:

- de huidige opvattingen over de publieksgerichte taak van het museum in vergelijking met de opvattingen van tien jaar geleden;
- de plaats van publieksgerichte taak ten opzichte van andere museale taken (collectievorming, conservering, bewerking).
- de activiteiten op gebied van publieksbegeleiding, nu en tien jaar geleden; hierbij zijn onderscheiden: (a) 'passieve' presentatie en kijkbegeleiding, (b) 'actieve' begeleidingsvormen en (c) public relations, voorlichting, werving en sponsoring;
- de mate waarin men zicht heeft op de samenstelling van het publiek, de mate waarin men meer of een ander publiek probeert te werven en de mate waarin men zich richt op de individuele of op de groepsbezoeker, alsook de samenwerkingsrelaties die men onderhoudt op het gebied van publieksgerichte taken.

De interviewverslagen zijn aan de geïnterviewden ter beoordeling toegezonden. De volledige verslagen van de herinterviews zijn gebundeld in een afzonderlijke rapportage.[1]

Over kenmerken van het museum als de collectie, het aantal personeelsleden, bezoekersaantal, budget voor educatieve activiteiten zijn schriftelijke vragen gesteld. In verband met de vergelijking met 1979 is hiervoor gebruik gemaakt van vragen uit de landelijke enquête van het Kohnstamm Instituut.

Om de grote hoeveelheid kwalitatieve gegevens uit de interviews te analyseren is de informatie geclassificeerd en samengevat. Om gegevens te classificeren is een conceptueel kader nodig dat als uitgangspunt kan dienen (zie bijvoorbeeld Miles & Huberman, 1984). Uitgangspunt voor onze analyse van de (her)interviews vormde de driedeling in opvattingen van Holman (1980), aangevuld met begrippen en uitkomsten van recenter onderzoek, met name dat van Vaessen (1986). Het 'indikken' van de gegevens vond eerst binnen elk museum/interview plaats, vervolgens tussen de musea. Bij de vergelijking tussen de musea zijn gelijke gewichten toegekend aan de individuele geïnterviewden. Vervolgens zijn enkele clusters van musea vergeleken, o.a. kunstmusea versus musea met anderssoortige collecties.

4.4. Opvattingen

In hoeverre zijn de opvattingen over publieksbegeleiding nog te herleiden tot de drie stromingen die Holman tien jaar geleden onderscheidde? Bij het antwoord op deze vraag moet bedacht worden dat het om ideaaltypische benaderingen gaat en dat in de praktijk tussenvormen mogelijk zijn. Ook kunnen binnen één museum verschillende publieksbenaderingen naast elkaar voorkomen.

[1] Dit verslag, 'Opvattingen over publieksbenadering door musea' (Haanstra, 1989) is verkrijgbaar bij de SCO in Amsterdam, tel. 020-5550300.

4.4.1. De sociaal-emancipatorische benadering

Tot vertegenwoordigers van de sociaal-emancipatorische benadering werden tien jaar geleden gerekend het Lijnbaancentrum en het Museum voor Volkenkunde, beide in Rotterdam, het Haags Gemeentemuseum, het Bureau Kunstzinnige Vorming in Delft en de Tentoonstellingsdienst Noord-Holland. Uit de herinterviews blijkt dat deze benadering in haar oorspronkelijke vorm vrijwel is verdwenen.

Het Lijnbaancentrum is opgeheven. Valk, indertijd hoofd van de tentoonstellingsdienst van de Rotterdamse Kunststichting, zegt nu over de doelen zoals die eind jaren '70 werden geformuleerd (o.a. 'de ontwikkeling van de zintuigen' en 'de ontwikkeling van mondigheid, solidariteit en verdraagzaamheid'):

"Een tentoonstelling moest vooral een vorm van expressie zijn met expliciet evocatieve (zo niet theatrale) beeldende kwaliteiten. Maar ook medium, functionele drager van een boodschap of liever een visie, een opvatting. Het gemeentelijk cultuurbeleid van de jaren '70 legde sterk het accent op ontwikkeling van de mensen naar meer gevoel voor maatschappelijkheid, medemenselijkheid etc. Dat tijdsaccent had natuurlijk ons ook beïnvloed. Maar het was minder mode dan ideaal. Bijvoorbeeld de stad worstelde in die tijd in vele wijken met onverdraagzaamheid ten aanzien van minderheden. Rellen waren het gevolg. Tentoonstellingen over Surinamers, Molukkers, Indianen, homo's, samen met representanten uit deze groepen gerealiseerd, hebben een functie gehad."

Faber, coördinator van de Publieksdienst van het Museum voor Volkenkunde in Rotterdam zegt over de huidige opvattingen:

"De echte sociaal-emancipatorische benadering, zoals die tien jaar geleden op het educatiewerk in dit museum van toepassing was, is hier niet meer te vinden. Ons beleid is veel minder direct op het sociale en politieke vlak gericht. Die omslag zie je bij meerdere educatieve diensten van volkenkundige musea. Wij willen hier interesse en waardering bijbrengen voor niet-westerse culturen en de positieve waarden van die culturen benadrukken. Dat kan betrekking hebben op ideeën, op religie, of op muziek. Zo'n interesse en waardering is als het ware de bodem, die je moet aanleggen als je andere verhalen kwijt wilt. De meeste van onze bezoekers komen één, soms twee keer in het museum. Te verwachten, dat je daarmee een hele denkwijze kunt veranderen, is irreëel. Wel kun je door middel van tentoonstellingen een positieve ervaring achterlaten, die beklijft. Misschien een bescheiden doel in vergelijking met vroeger, maar wel een doel dat we met hart en ziel belijden."

Overduin was tien jaar geleden hoofd van de educatieve dienst van het Haags Gemeentemuseum. Hij benadrukte toen dat er in het museum vanuit verschillende benaderingen werd gewerkt. Door zijn activiteiten met de Kunstkar, tentoonstellingen over onder meer de Haagse arbeider en over massacultuur, was Overduin een duidelijke representant van de emancipatorische benadering. In latere jaren heeft hij bepaalde aspecten van die aanpak gerelativeerd. In zijn postuum verschenen 'Het museum als obsessie' schrijft hij onder meer: "Vermoedelijk zag de educator zijn taak te serieus. Ironie en zelfspot waren niet zijn sterkste eigenschappen, eerder stelligheid in de moraal en in datgene wat geleerd moest worden, een neiging tot simplificaties" (Overduin, 1988, p.21/22). Het beleid van de huidige directeur van het museum, Fuchs, is tegengesteld aan de publieksbenadering die Overduin voorstond aldus het hoofd van de educatieve dienst, mevrouw Jonker.

Het Buro Kunstzinnige Vorming Delft en de Tentoonstellingsdienst van de Culturele Raad Noord-Holland, die eveneens onder de bewustmakende stroming vielen, zijn geen musea. Het Buro fungeerde onder meer als een soort educatieve dienst voor de Delftse musea. De huidige begeleidende activiteiten op museumgebied beperken zich tot het onderwijs. De Tentoonstellingsdienst organiseert vanaf 1964 reizende tentoonstellingen en educatieve projecten in Noord-Holland en is dienstverlenend naar plaatselijke instellingen.

Mevrouw Van Bebber van het Buro Kunstzinnige Vorming over de opvattingen toen en nu: "Als ik mijn opvattingen uit het vorige interview lees, dan zijn die wel gedateerd. Toen was het maatschappelijke hoofddoel. Dat was toen een golf in de kunstzinnige vorming. Kunst is nu niet alleen meer middel, maar ook doel op zich. Dat is niet vies meer.

Er is sprake van een ontwikkeling. Je kunt niet zeggen, dat we de doelen van toen helemaal hebben losgelaten. We maken nog gebruik van de ideeën en ervaringen van toen, maar we hoeven er niet meer van alles aan op te hangen. Toen zocht je meer naar een verantwoording van je werk en naar duidelijke keuzes. Nu is het meer èn èn."

Ook bij de Tentoonstellingsdienst staan niet meer de kritische en bewustmakende doelen voorop. Belangstelling wekken voor de beeldende kunst en, vooral op verzoek van het onderwijs, informatie verschaffen over beeldende middelen en technieken zijn nu de hoofddoelen. Mevrouw Kikkert: "Tien jaar geleden lag heel sterk het accent op 'beeldeducatie' en het stimuleren van kritisch kijkgedrag. We hanteren die benadering nog steeds, maar daarnaast zijn we meer en meer bezig met tentoonstellingen die op de beeldende kunst gericht zijn en die techniek en materialen behandelen. Thema's als schilderen, grafiek en klei zijn makkelijk inpasbaar in de scholen."

4.4.2. De thematische benadering

Binnen de thematische benadering werden door Holman (1980) geplaatst: het Amsterdams Historisch Museum, het Veluws Museum voor Oudheden, het Gemeentelijk Natuurhistorisch Streekmuseum West-Terschelling, het Rijksmuseum voor Volkenkunde in Leiden, het Museum voor het Onderwijs in Den Haag, het Evoluon in Eindhoven, het Provinciaal Museum in Assen, het Centraal Museum Utrecht en het Gemeente Museum in Arnhem.

De genoemde musea met historische, natuurhistorische en volkenkundige collecties kunnen nog steeds tot de thematische benadering worden gerekend. Bij de musea met een kunstverzameling is dat maar ten dele het geval.

Wagenaar, een wetenschappelijk medewerker van het Amsterdams Historisch Museum die tevens veel educatieve activiteiten verricht, vindt de aanpak van het museum nog steeds thematisch. Wel ziet hij accentverschillen:

"Als taak van historische musea en algemene musea die aan geschiedenis doen beschouw ik het aan de hand van de verzameling scheppen van een beeld van een maatschappij in verandering. In de jaren '70 lag onze nadruk daarbij op de sociaal-economische invalshoek. Nu wordt het culturele er meer in betrokken, er is een bredere cultuurhistorische benadering. Dat betekent ook dat bijvoorbeeld schilderijen meer worden gebruikt in de presentatie. Je moet daarbij wel oppassen voor een letterlijke uitleg van schilderkundige interpretaties."

Ook de directeur van het Veluws Museum, Hilckmann, acht de indeling in de thematische benadering nog van toepassing. Dit komt tot uiting in de 'magazine' stijl van de presentatie. "Je kunt elk onderwerp zelfstandig bekijken en erover lezen en de objecten zijn bij de verschillende onderwerpen meer als illustratie gebruikt. Een deel van het publiek wil toch klassiek per object

wat informatie, dus daar moeten we enigszins aan tegemoet komen." En verder:

"De idealistische hartekreten van 10 jaar terug ('museale eerstelijnsfunctie', 'kinderen opvoeden tot bewaarders van eigen leefomgeving') blijven globaal wel overeind, maar zijn nu in meer praktische termen vertaald." Hilckmann signaleert een veel zakelijker aanpak in de musea, waarbij educatie wel een onderdeel is van het beleid, maar niet meer het uitgangspunt.

Het Gemeentelijk Natuurhistorisch Streekmuseum heet nu het Centrum voor Natuur en Landschap Terschelling. De instelling combineert taken van een museum, een bezoekerscentrum en een zeeaquarium. De uitgangspunten van de presentatie zijn in principe dezelfde gebleven, maar er wordt meer gebruik gemaakt van technologische vernieuwingen, met name computers. Omdat het Evoluon binnenkort wordt gesloten en geen actief publieksbeleid meer voert, is besloten een ander museum in het onderzoek te betrekken, namelijk het Noorder Dierenpark. Dit omvat onder meer een drietal musea, die thematisch van opzet zijn (Biochron, Museum voor Volkenkunde Museum, Natuurhistorisch Museum). Hiddingh, de directie-medewerker, zegt hierover:

"Simpel gezegd gaat het bij onze musea zo, dat wij zelf eerst een globaal verhaal bedenken en dat vervolgens de voorwerpen erbij worden gezocht. Er is geen vaste collectie. Bijvoorbeeld in het Volkenkundig Museum voor zijn exposities over volkeren die in nauwe samenhang met de hun omringende natuur leven. We laten zien hoe men zich heeft aangepast zonder de omgeving te veel geweld aan te doen. We kiezen een volk waarvan we denken dat we er genoeg spullen van te pakken kunnen krijgen door te kopen en te lenen. Na plus minus drie jaar wisselt de expositie en bieden we de tentoongestelde voorwerpen weer te koop aan, bijvoorbeeld aan andere musea. Het gaat in de exposities niet zozeer om een uitleg per object, maar het verhaal staat voorop. In het Biochron (bios = leven; en chronos = tijd) willen we laten zien wat er in verschillende tijdperken met de aarde is gebeurd. We willen dat tot leven brengen, zodat het meer gaat spreken en men daarnaar ook de dieren met andere ogen zal bekijken."

Van Wengen, hoofd van de Educatieve Dienst van het Volkenkundig Museum in Leiden, zegt over zijn huidige aanpak: "De thematische benadering daar voel ik me nog steeds sterk bij betrokken. Dus de voorwerpen niet zozeer als kunstvoorwerpen, maar als vertegenwoordigers van een cultuur. Ze moeten worden geplaatst in hun context en elke tentoonstelling moet een bepaald verhaal vertellen, een rode draad hebben. Soms doen we ook aan een meer vakspecialistische benadering. Als bijvoorbeeld een groep geïnteresseerden rondgeleid wil worden langs de Boeddhistische voorwerpen dan kan dat ook."

Het Drents Museum omvat onder meer een prehistorische, een historische en een kunstcollectie. Brakke, hoofd van de afdeling presentatie, educatie en public relations:

"Waar het kan is de presentatie thematisch. Dat kost vaak veel denkwerk, maar het biedt het publiek het meeste houvast. Ook de nieuwe presentatie van de prehistorie zal, in afwijking van wat de meeste musea met dit onderwerp doen, thematisch worden behandeld, met thema's als: steen en steenbewerking, begraven en nederzettingen."

Het Museum voor het Onderwijs in Den Haag heeft een nieuwe behuizing naast het Gemeentemuseum en is omgedoopt tot Museon. De presentatie is thematisch van opzet. Educatief ambtenaar Goud: "In het museum worden steeds bepaalde onderwerpen als afgeronde onderdelen gepresenteerd. We leggen de bezoekers niks op, als ze onderdelen willen overslaan kan dat, dan pakken ze ergens anders de draad weer op."

De verschillende thema's staan voorop en de voorwerpen dienen als illustratie daarbij. Bijvoorbeeld bij het onderwerp Industriële Revolutie hebben we veel voorbeelden van eerste massaproductie. Zo hebben we een stofzuiger en een grammofoon met platen die het museum ooit van koningin Wilhelmina heeft gekregen. Maar daar staan geen bordjes bij van: dit is afkomstig uit het Koninklijk Huis of zo iets. Daar wordt niet de nadruk op gelegd. Het een voorwerp, een voorbeeld van .."

Het Centraal Museum in Utrecht is uitgebreid met een nieuwe vleugel voor de collectie moderne kunst en met het Rietveld-Schröder huis. De thematische indeling van 10 jaar geleden gold met name de educatieve projecten voor het voortgezet onderwijs. Schopping, hoofd van de afdeling 'educatie en voorlichting' over de huidige opvatting: "De vakspecialistische en de thematische benadering zitten beiden in onze aanpak. Vakspecialistisch omdat we in het algemeen toch vrij dicht bij de objecten blijven. De thematische benadering zie je met name op de historische afdeling. In het algemeen hebben bij cultuurhistorische presentaties de voorwerpen eerder een documentaire waarde en dienen meer als illustratie. De thematische en de emancipatorische benadering ('kritisch beschouwen van beeldmateriaal') hebben wel gezweefd rond de educatieve schoolprojecten. Anders dan bij gewone tentoonstellingen ging je daar echt de spullen ergens bijzoeken. (...) In het algemeen zijn er minder educatieve tentoonstellingen voor het onderwijs in de kunstmusea en ook in de thematentoonstellingen (het rouwen door de eeuwen heen tot en met de liefdesdaad en alles wat daartussen zit) is de klad gekomen. De trend gaat nu meer uit naar de sophisticated kunsttentoonstelling rond de grote namen en de esthetische opstelling met de chique catalogus. (...) Als je het publiek wilt aanspreken dan moet je die trend wel volgen. Dat geldt ook voor het educatieve werk. (...) Voor de educatieve medewerker op sandalen, die in het kader van de stadsvernieuwing zijn diensten verleent bij een kritische muurschildering van kunstenaarscollectief Kukeleku, voor zo'n medewerker is geen plaats meer. Het educatieve élan is niet verdwenen, maar we zijn geen zendelingen."

Het Gemeentemuseum Arnhem heeft het beleid meer verlegd naar de hedendaagse kunst. Mevrouw Van den Bergh, hoofd van de afdeling Communicatie:

"In de beleidsnota van 1984-1988 wordt gesteld dat het museum in de eerste plaats een overdrachtsfunctie heeft. Verder wordt het beleid van het museum geplaatst tegen de achtergrond van de vier legitimeringen die Vaessen[2] onderscheidt. De doelen van het museum bevatten elementen van alle benaderingen, maar het meeste gewicht kregen de avantgardistische opvatting (met name het beleid ten aanzien van hedendaagse experimentele kunst) en de responsieve benadering, die meer maatschappelijk en emancipatoir gericht is. Voorbeelden van de responsieve aanpak zijn tentoonstellingen over Aletta Jacobs, Honderd jaar Pensioenstrijd en ook Romantische liefde. De laatste was een thematische tentoonstelling, waarbij de schilderijen werden gepresenteerd in de context van de tijd waarin ze ontstonden. De schilderijen weerspiegelden de Hollandse burgerlijke ideologie van de eind 18de en 19de eeuw."

[2] Namelijk de klassieke, autonome, responsieve en de avant-garde museumopvatting (Vaessen, 1986).

4.4.3. De vakwetenschappelijke benadering

Tot de vakwetenschappelijke benadering werden 10 jaar geleden gerekend: het Rijksmuseum en het Stedelijk Museum in Amsterdam, Museum Boymans-Van Beuningen in Rotterdam, het Mauritshuis in Den Haag, de Commanderie Sint-Jan in Nijmegen en het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem. De grote kunstmusea blijven zonder uitzondering gerangschikt onder de vakwetenschappelijke benadering. Ook het Van Gogh Museum, dat tien jaar terug niet werd ingedeeld vanwege de onduidelijke situatie na het ontslag van de directeur, kan nu onder deze opvatting worden geschaard.

Van der Hoek, hoofd van de Educatieve Afdeling van het Rijksmuseum: "Het is een hoofdtaak van het Rijksmuseum het museumbezit toegankelijk te maken. Uitgaande van deze hoofdtaak is de bezoekvoorbereiding en bezoekbegeleiding van de Educatieve Afdeling het belangrijkste middel om deze taak te verwezenlijken. (...) Alle buitenlandse collega's vragen: what's your program? Antwoord: wij hebben geen programma, het Rijksmuseum heeft een programma en daarmee/daarbinnen opereren wij. Wij maken ook geen 'educatieve tentoonstellingen'. Het Rijksmuseum maakt tentoonstellingen en dan is het onze taak om de informatie die in zo'n tentoonstelling zit (en in de hoofden van de conservatoren) over te dragen aan het publiek."

Bertheux, hoofd van de afdeling Communicatie van het Stedelijk Museum, is eind jaren '70 betrokken geweest bij de educatieve projecten in het Centraal Museum. Hij zegt daar onder meer over:

"In de kunst leken mogelijkheden te liggen om het publiek erbij te betrekken via een ander middel dan de kunst zelf. Ik denk, dat de kunst zich zo heeft ontwikkeld dat het weer heel erg ging om de inhoudelijkheid van het schilderij. Er werd de nadruk gegeven conceptuele uitgangspunten, die zeer strikt verbonden zijn aan die eigenheid van de beeldende uitspraken. Er is heel veel kritiek ontstaan op die vergelijkingen met andere dingen. Als er bijvoorbeeld gepraat werd over kleur bij de Stijl, dan werd er gezegd: op dit moment zie je dat overal terug in architectuur en in kleding zie je dat en dat.. Dat leek een stap om mensen dicht bij wat de Stijl was te brengen.

Bij kunsthistorici, bij mensen in musea, bij kunstenaars zijn die vergelijkingen op steeds meer kritiek gestuit. Die waren voor een deel versimpelingen. Men probeert nu zo dicht mogelijk bij de kunst en de uitgangspunten van de kunstenaar bij dat kunstwerk te blijven om iets over te dragen (..) Ik denk, dat het educatieve werk volwassener is geworden: proberen zo dicht mogelijk bij de uitgangspunten van de kunst te blijven en proberen zo sec mogelijk te vertellen, zonder overdreven sentimentaliteit zoals je dat in de jaren '50 tegenkwam en zonder het paternalistische toontje van daarna."

Beenker, hoofd van de Afdeling Communicatie van Museum Boymans-Van Beuningen:

"Door het leveren van achtergrondinformatie vallen de bezoekers bij het kijken meer dingen op. Maar het is altijd een delicate balans. Je moet niet te veel sturen, zodat ze alleen nog maar dat zien wat jij aanreikt. Er moet ruimte voor een eigen standpunt zijn. Dat geldt het sterkste voor de moderne kunst. Ik ben geen voorstander van educatieve begeleiding van tentoonstellingen van jonge kunstenaars. Daarbij gaat het om nieuwe kunst en dat moet ook als nieuw overkomen. Daar ga je niet het publiek meevoeren van: dit moet u er in zien. Je kunt wel gebruik maken van reeds bestaande informatie, dus bijvoorbeeld een leestafel met artikelen en recensies, die kunnen bijdragen aan de meningsvorming. Helemaal geen informatie geven omdat het werk, zoals

sommige museumdirecteuren (en ook kunstenaars) beweren, volledig voor zichzelf moet spreken daar ben ik geen voorstander van. Dat klopt ook niet. Zelf lullen ze er ook uren, dagen en maanden over.

Bij oude kunst zijn we minder terughoudend. Daarover zijn de meningen al geheel uitgekristalliseerd en is het nodige aan onderzoek gedaan. Daar kun je meer gerichte informatie over geven, bijvoorbeeld over symboliek.

Als tentoonstellingen worden georganiseerd vanwege de didactische bedoeling, dan is dat een omkering van de zaken. Speciale educatieve tentoonstellingen heb ik nooit zo gelukkig gevonden. Met name de thematische projecten lieten kunst niet goed tot hun recht komen. Door dat soort educatieve projecten en de wens in de jaren '70 om vanuit educatieve doelen het museumbeleid te bepalen is de weerstand tegen de educatieve diensten ontstaan.

Het idee dat door educatie de kunst acceptabel wordt, is gepasseerd. Kunst is op zichzelf nu een in brede kringen geaccepteerd fenomeen. Het publieksgerichte werk is geen liefhebberij voortkomend uit een warm gevoel voor de onderkant van de samenleving. Het gaat om een op professionele wijze organiseren van de aandacht."

Het Mauritshuis in Den Haag en het Van Gogh Museum in Amsterdam hebben beide een kleine staf. Er zijn geen educatieve medewerkers, maar het educatieve werk is een kleine deeltaak van één van de wetenschappelijke medewerkers.

Van Tilborgh van het Van Gogh Museum zegt: "Mijn streven is om op een aanstekelijke manier informatie te geven over kunst. Een belangrijke invalshoek van ons is, afgezien van de (kunst)historische, de esthetische. Vragen als: waarom kun je zeggen dat iets goed geschilderd is, hoe ontwikkelt de vormgeving bij een kunstenaar zich, kun je vrij feitelijk beantwoorden. Je kunt wel iets uitleggen over hoe je kunst kunt 'lezen', zonder dat het een zweverige en metafysische kunstbeschouwing wordt.

De educatieve benadering uit de jaren '60 en '70, zoals die door de eerste directeur van het Van Gogh, Meijer, maar vooral in het Haags Gemeentemuseum onder Henk Overduin heeft plaatsgevonden (Kunstkar, massacultuur) is veel minder geworden. Het heeft mijns inziens ook niet veel meer of een heel ander publiek opgeleverd. Je eindigt met die benadering met de plastic bekertjes in het museum. Maar in dit soort musea gaat het om de kunst. Vertel maar wat daar interessant en leuk aan is."

Mevrouw Van Leeuwen van het Mauritshuis vertelt dat direct na de heropening van het gerenoveerde museum educatieve activiteiten zijn verricht, maar dat er nu andere prioriteiten zijn. Ze ziet educatie "als een verlengstuk van het gewone kunsthistorische werk." (...) "Educatief was een tijdje hetzelfde als ludiek, met allemaal grapjes voor kinderen en zo. Die naam heeft het nog, maar ik denk dat velen daarvan afgestapt zijn. Dat kwam ook, omdat men daarvoor zo'n stereotype opvatting over het museum had, dat het stoffig en saai was, en het image moest door ludieke toestanden worden opgepept. Dat is nu niet meer nodig, want museumbezoek is nu een populaire vrijetijdsbezigheid. Het cultureel vermaak is gemeengoed geworden."

Twee musea, namelijk de Commanderie in Nijmegen en het Openluchtmuseum in Arnhem, zag Holman bij zijn indeling indertijd als 'twijfelgevallen', omdat naast vakwetenschappelijke elementen de benaderingen ook thematische elementen hadden. In de benadering van Van Golberdinge, hoofd van de educatieve afdeling in Nijmegen en bekend door zijn educatieve tentoonstellingen, zijn de verschillende opvattingen nog steeds vertegenwoordigd. Hij zegt: "In de educatieve tentoonstellingen gaat het meest om een groot vakgebied dat we toelichten,

bijvoorbeeld het schilderen, het beeldhouwen, de fotografie. Dat staat dicht bij een vakspecialistische benadering. Soms ook zijn de tentoonstellingen meer thematisch van aard en een enkele keer kan men ze sociaal-emancipatorisch noemen. Bijvoorbeeld de tentoonstelling 'Kinderen in het Derde Rijk' werd begeleid met een lesbrieven over fascisme toen en nu.

Uitgangspunt is niet het geven van een toelichting op de collectie. Dat ligt ook aan het soort collectie dat we hebben. Hier is pas vanaf 1974 een collectie moderne kunst ontstaan. De conservator heeft bij z'n aankopen een persoonlijke lijn gevolgd. Er is geen collectie die de belangrijke stromingen representeert en dat is een moeilijk uitgangspunt voor een kunsthistorische begeleiding. In topmusea als het Rijksmuseum en het Stedelijk zit de educatieve dienst in een heel andere situatie."

De medewerkers van de Educatieve Afdeling van het Nederlands Openluchtmuseum, mevrouw Van de Sande en mevrouw Den Braven, sluiten zich aan bij de vakwetenschappelijke opvatting: "Alles wat je in presentaties doet moet gerelateerd zijn aan je verzameling. We vinden dat je de voorwerpen als uitgangspunt moet nemen en niet dat je eerst een verhaal hebt en daar je objecten bij zoekt. Aan die beschikbare voorwerpen kun je wel thema's ophangen. De sociaal-emancipatorische benadering is niet het uitgangspunt van het museale beleid. Bepaalde onderwerpen bijvoorbeeld met betrekking tot het milieu zullen wel aan de orde komen, maar bewustmaking is geen doel op zich. We zijn geen voorlichtende instantie. (...)

We zouden niet gauw onderscheid maken tussen een educatieve of een niet-educatieve tentoonstelling. In principe is elke tentoonstelling educatief, want daarmee brengt een museum zich naar buiten, daarmee wil het iets vertellen. De één doet dat beter dan de ander. Niet elke tentoonstelling vraagt om een zelfde intensieve begeleiding." Maar een museum als het Openluchtmuseum vraagt naar hun mening in het algemeen wel om een educatieve begeleiding: "Een heleboel dingen die we hier hebben zijn op zich niets, maar zijn alleen iets in samenhang met de context en het verhaal erachter."

Concluderend kan men stellen dat de drie opvattingen over publieksbegeleiding, zoals die tien jaar geleden werden onderscheiden, zijn gereduceerd tot twee: de vakwetenschappelijke en de thematische benadering. De sociaal-emancipatorische benadering vormt in de onderzochte musea nergens meer een hoofddoelstelling.

Het Museum voor Volkenkunde Rotterdam, het Bureau Kunstzinnige Vorming Delft en de Tentoonstellingsdienst kunnen nu onder de thematische benadering worden gerangschikt en het Haags Gemeentemuseum onder de vakwetenschappelijke benadering.

Naarmate het educatieve werk zich verder verwijderde van de puur museale taak van het toelichten van de voorwerpen nam de kritiek toe (Vaessen, 1986, p.215). De sociaal-emancipatorische benadering heeft dan ook de meeste weerstand ondervonden. Het grotendeels verdwijnen van deze benadering kan onder meer worden beschouwd als een uiting van de tendens om het museumseigene in de publieksbegeleiding meer te benadrukken. Een onderzoek onder de nieuwe generatie educatieve medewerkers (Veenstra, 1989) levert een soortgelijke conclusie op.

4.5. De positie van het publieksgerichte werk in de musea

De landelijke enquête en de interviewronde van tien jaar geleden bevatten gegevens over de positie van educatieve medewerkers, zowel in kwantitatieve zin (zoals aantallen medewerkers, hun rangen, faciliteiten, budgetten) als in meer kwalitatieve zin, zoals de mate van betrokkenheid

bij besluitvorming in het museum, in het bijzonder bij het aankoopbeleid en bij de presentatie van de vaste opstelling en van tentoonstellingen.

Op basis van de herinterviews en opnieuw ingevulde vragenlijsten is slechts een beperkte vergelijking te maken met de kwantitatieve gegevens van een decennium terug. De grote meerderheid van de ondervraagden geeft te kennen dat de bezuinigingen in de musea niet specifiek ten koste zijn gegaan van het educatieve werk. De budgetten voor educatieve activiteiten zijn de laatste drie jaren ongeveer gelijk gebleven of soms iets gestegen. Slechts een paar musea geven aan dat juist educatieve activiteiten sterk zijn gekort. De CBS gegevens over de aantallen educatieve medewerkers in Nederlandse musea laten in de jaren '80 een stijging zien, die niet achterblijft bij de stijging van de aantallen wetenschappelijke medewerkers (CBS, 1986, 1988).

In de jaren '70 was er sprake van een zeer sterke toename van het aantal educatieve medewerkers in musea. Vaessen schrijft over de gevolgen hiervan voor de musea: "Het is niet verwonderlijk dat wanneer eenmaal aparte educatieve afdelingen zijn ontstaan, zij al het mogelijke zullen doen om de faciliteiten die zij voor de uitvoering van hun werk noodzakelijk achten te verwerven en om hun eigen positie binnen het museum te versterken" (Vaessen, 1986, p.124). Educatieve diensten wensten hun activiteiten niet als een toevoeging aan, maar als integraal onderdeel van het museale werk te zien en wilden daarom ook betrokken worden bij het opzetten van de presentaties en bij het aankoop- en verzamelbeleid.

Over de invloed op het museale beleid concludeerden Daamen & Haanstra in 1980 dat de 'eerstverantwoordelijke' voor het educatieve werk vaak mee besliste over de kijkbegeleiding, maar in veel mindere mate over wat er werd gepresenteerd. Verder was men meer betrokken bij beslissingen over tijdelijke tentoonstellingen dan over de vaste collectie. De invloed op het aankoopbeleid was gering. Eenduidige conclusies waren moeilijk te trekken omdat "betrokken zijn bij besluitvorming" in een minderheidspositie ten opzichte van conservatoren nog zeer weinig invloed kan betekenen. Bovendien vervullen medewerkers, zeker in de kleine en middelgrote musea, vaak meerdere functies. Bij de directeur van een klein museum die 'alles' doet of bij de ene conservator die het educatieve werk erbij doet zijn vragen over de invloed vanuit het educatieve werk moeilijk beantwoordbaar.

Holman concludeerde dat educatieve medewerkers, die tot de vakwetenschappelijke opvatting gerekend kunnen worden ook geen invloed op het aankoop- en verzamelbeleid wensten. Binnen de thematische en sociaal-emancipatorische benadering leefden dergelijke wensen in meer of mindere mate wel. Daar pleitte men ervoor om ook didactische criteria bij het verwerven van objecten te hanteren, dat wil zeggen om mee te laten wegen in hoeverre een object kan bijdragen aan de verduidelijking van bepaalde thema's in de presentaties.

Hebben de geïnterviewden nu meer invloed op het presentatie- en verzamelbeleid dan tien jaar geleden?

We citeren hieronder een aantal meningen. Begonnen wordt met drie medewerkers van grote kunstmusea, die een vakwetenschappelijke benadering hebben.

Van der Hoek van het Rijksmuseum:

"Het streven is de laatste jaren geweest om gelijkwaardigheid van deze afdeling ten opzichte van andere afdelingen te bewerkstelligen. Een van de elementen daarin is dat we niet meer een dienst zijn (zoals de huishoudelijke dienst, de fotodienst), maar afdeling, zoals de verzamelafdelingen. We spreken ook niet meer van de wetenschappelijke afdelingen en de Educatieve Afdeling, want wij zijn net zo wetenschappelijk als de rest.

Een ander signaal is dat ons drukwerk, net als het overige drukwerk van het museum, ook door Dumbar wordt vormgegeven en niet wordt gestencild en gefotocopieerd. Dat lijken ordinaire statustrucs maar het zijn wel tekenen van gelijkwaardigheid.

De invloed op de presentatie is toegenomen. Er is nu geen tentoonstelling meer die zonder ons wordt gepresenteerd. 'Educatief' zit altijd in de tentoonstellingscommissie. Onze manier van tekstverwerking, het beroemde 'educanees', is geaccepteerd. Alle teksten worden door ons geproduceerd, uiteraard in samenwerking en goed overleg met de collega's van verzamelafdelingen.

Ook kunnen we een verhangings in een zaal tot stand brengen. Als we zeggen, "we zouden graag de schilderijen in een andere volgorde hebben, dan is het een logischer presentatie", dan kan dat. Maar we maken geen eigen tentoonstellingen en er is ook geen invloed op het verzamelbeleid. Het museum verworft dingen, omdat ze in de verzameling passen, niet omdat je er leuke dingen mee kunt doen voor scholieren. We zijn zeer verzamelingsonderdanig."

Bertheux van het Stedelijk Museum in Amsterdam merkt naar aanleiding van de kosten van bepaalde publieksbegeleidende activiteiten op: "Het Bulletin kost plus minus fl. 115.000,. Wij hopen via abonnementen en verkoop er ongeveer fl. 80.000, aan terug te verdienen. 35.000 gulden inleveren is een mooie tentoonstelling maken, dus de vraag komt: wat levert het op? Wij moeten beargumenteren wat het belang is. Het zijn ook pure economische gegevens. Een conservator wil liever een mooie catalogus maken dan dat hij tekstpanelen neerhangt."

Mevrouw Jonker van het Haags Gemeentemuseum: "Overduin merkte in het interview uit '79 op, dat wanneer er binnen het museum niet een soort vertegenwoordiger van het publiek is, er niemand aan het publiek denkt. Dan wordt er alleen aan de collectie gedacht.

Ik merk ook in de stafvergaderingen, dat ik er namens het publiek zit. Ik weet nog goed mijn reactie toen Fuchs aankondigde dat het museum enkele maanden dicht zou gaan. Ik zag mijn collega's hun gezichten een beetje oplichten: "Ha, m'n collectie!" Ik zei: "Wat vreselijk voor het publiek". Toen werd ik aangekeken van "Verdraaid, dat is er ook nog". Het enthousiasme van de conservatoren, waarmee ze meewerkten om een begeleiding te maken, is weg. Men vindt het ineens niet meer zo nodig. Dat is voor mij een rare gewaarwording."

Van Wengen van het Volkenkundig Museum Leiden:

"Een oude grief was dat het educatieve werk niet werd betrokken bij het samenstellen van tentoonstellingen. Het is positief dat, mede onder invloed van ontwikkelingen in andere musea daar nu verandering in gekomen is. We worden nu ingeschakeld bij het maken van teksten. Dat was tot voor enkele jaren het alleenrecht van de conservator. Het betekent alleen wel een uitbreiding van onze taak, terwijl het aantal medewerkers is verminderd. Betrokkenheid bij tentoonstellingen betekent ook dat je al bepaalde kapstukken kunt inbouwen, waaraan je later je begeleiding, bijvoorbeeld in de vorm van opdrachten, kunt ophangen. Op het aankoopbeleid heeft de educatieve dienst geen directe invloed, hoogstens indirect. Zo'n invloed zal ook in weinig musea het geval zijn."

Van de Sande en Den Braven van de Sectie Overdracht van het Openluchtmuseum: "Als je kijkt naar het verleden, dan is het hier begonnen met public relations en voorlichting en is educatie er daarna bijgekomen. Nu gaat educatie zich steeds meer integreren in de wetenschappelijke afdeling. Je krijgt een splitsing tussen een hele brede presentatieafdeling en een aparte public relations afdeling.

We hebben geen invloed op het aankoop- en verzamelbeleid. In het kader van het presentatiebeleid zijn er wel eens wat voorwerpen aangeschaft met het idee voor mogelijk gebruik voor educatief werk, maar dat gebeurt niet structureel.

Per tentoonstelling wordt een projectgroep samengesteld. Bij grote tentoonstellingen worden we in een vroeg stadium betrokken, maar bij kleinere presentaties hangt het af van de beschikbare tijd en van welke conservator het doet. We streven ernaar dat alle teksten in het museum onze afdeling passeren, maar het gebeurt niet altijd. We kunnen ook zelf voorstellen voor tentoonstellingen doen."

Schopping, hoofd van de Afdeling Educatie en Voorlichting van het Centraal Museum: "Dat we niet aan alle tentoonstellingen meedoen, hangt ook samen met de huidige frequentie. Er zijn er nu minstens zes per jaar en het is te veel daar allemaal intensief aan mee te doen. En verder hangt het af van de bereidheid van de betreffende conservatoren om onze inbreng toe te laten. Vaak worden we vanaf het begin erbij gehaald of bieden we onszelf aan. Soms worden we in een later stadium ingeschakeld en soms niet. Veel teksten worden door ons geredigeerd, maar niet alle. (...) We maken ook zelf tentoonstellingen, waarvan de mate van begeleiding eveneens varieert. Ik ben kunsthistoricus. Soms vind ik het wel leuk om een normale tentoonstelling te maken zonder al die franje er omheen."

Mevrouw Van den Bergh van het Gemeentemuseum Arnhem: "Hoofd van de afdeling communicatie is een conservatorbaan. Ik ben dus lid van de staf en heb ook invloed op het algehele beleid van het museum. Het museum heeft een kleine staf. Het aankoopbeleid berust bij één conservator, maar aankopen worden besproken in de staf en getoetst door de gemeentelijke commissie van toezicht. (...) De Afdeling Communicatie schrijft zelf teksten of is betrokken bij de totstandkoming van die teksten vooraf, en in de redactiefase."

Wagenaar van het Amsterdams Historisch Museum: "Er zijn in dit museum weinig scheidslijnen. Sinds de splitsing van Dienst Gemeentemusea in een Dienst Moderne Musea en een Dienst Historische Musea is er hier een pool van wetenschappelijke medewerkers. Zij werken samen aan het geheel van museale taken, waarvan de publieksgerichte activiteit een belangrijk aspect is. In de werkzaamheden worden door vooropleiding en belangstelling wel verschillende accenten gelegd. Sommigen hebben geen feeling voor educatief werk. De integratie van taken kan soms minder efficiënt zijn, maar je zit niet gevangen in specialisaties en het werkt bevruchtend."

Faber, hoofd van de Publieksdienst van het Museum voor Volkenkunde Rotterdam: "Er is een stafoverleg van de directeur en de drie coördinatoren van de afdelingen. Via mij is de educatieve dienst ook bij dit overleg vertegenwoordigd. In dit overleg komen alle beleidszaken ter sprake, ook de aankoopvoorstellen. Het aankoopbeleid komt uit de wetenschappelijke afdeling, daar heeft de educatieve dienst geen invloed op. (...)

De plaats van de educatieve dienst in de organisatie is een andere dan 10 jaar geleden. Mijn indruk is, dat het toen een vrij zelfstandig onderdeel was dat eigen activiteiten ontwikkelde. Een soort aanhangsel van het museum. De opzet nu is dat de publieksdienst een integraal en gelijkwaardig onderdeel van het museum is. Projecten die nu worden ondernomen, en dat betreft het meest tentoonstellingen, worden voorbereid door een projectgroep waarin de publieksdienst vanaf het eerste concept vertegenwoordigd is. Er is dus van meet af aan een soort evenwicht tussen het meer vakgerichte en het meer publieksgerichte perspectief."

Brakke van het Drents Museum: "In vergelijking met 10 jaar geleden worden de verschillende museumtaken meer beleidsmatig uitgevoerd en zijn ze minder afhankelijk van persoonlijke

voorkeuren en antipathieën van individuele medewerkers. Tentoonstellingen zijn het resultaat van het werk van projectgroepen, waarbij ook van de kennis van buitenstaanders gebruik wordt gemaakt. In principe krijgen onderwerp en inhoud evenveel aandacht als presentatie en overdracht. (...) Iedereen in het museum moet voldoende tijd besteden aan de publieksfunctie en dat betreft zowel het onderwerp dat je aanbiedt als de verpakking ervan."

Goud van het Museon: "Het museum is 85 jaar geleden gesticht door onderwijzers die met museumlessen het onderwijs op scholen wilden ondersteunen en aanvullen. Het museum heeft nooit een aparte educatieve dienst gekend en er is hier geen scheiding tussen conservatoren en educatieve medewerkers. De verschillende taken lopen hier door elkaar heen. Het Museon is een educatieve instelling en alle activiteiten, tentoonstellingen en dergelijke, zijn educatief."

Uit de herinterviews komt naar voren dat in veel musea in vergelijking met tien jaar terug de invloed op de 'passieve presentatie' is toegenomen, hoewel met name in de grote kunstmusea die invloed beperkt is. De invloed geldt nog steeds vooral het hoe en in veel mindere mate het wat. In een aantal musea is volgens de geïnterviewden sprake van een duidelijke gelijkwaardigheid en integratie van objectgerichte en publieksgerichte taken (bijvoorbeeld Amsterdams Historisch Museum, Gemeentemuseum Arnhem, Museum voor Volkenkunde Rotterdam, Drents Museum, Museon).

De grotere aandacht van educatieve medewerkers voor de presentatie en de kijkbegeleiding betekent vaak minder aandacht voor de actieve begeleidingsactiviteiten van de groepsbezoekers. De invloed op het aankoopbeleid lijkt niet te zijn vergroot en uit de interviews kwam ook bij degenen die onder de thematische benadering vallen geen duidelijk streven naar voren om die invloed te verkrijgen. Enkele instellingen vallen (en vielen ook al tien jaar geleden) buiten die discussie, omdat ze behalve de gepresenteerde objecten geen collectie bezitten en elke aanschaf alleen ten dienste van de presentatie wordt gedaan (Centrum voor Natuur en Landschap Terschelling, Noorder Dierenpark, Tentoonstellingsdienst van de Culturele Raad Noord-Holland). De educatieve taken worden verricht onder noemers als publieksbegeleiding, overdracht, communicatie en presentatie en nog maar ten dele onder de noemer educatie en educatieve dienst. Het woord educatie is voor velen te beperkend en te schools.

In de interviews is ook gevraagd naar de mening over de huidige positie van de publieksbegeleiding in de Nederlandse musea in vergelijking met tien jaar geleden.

Eerst laten we hierover een aantal medewerkers aan het woord die het educatieve werk in musea als geaccepteerd beschouwen.

Van Wengen: "Er is in de afgelopen periode wel sprake geweest van een opwaardering van de educatieve medewerkers. De strijd om een erkende positie is zo langzamerhand in de meeste musea wel gestreden. Ik heb die strijd hier volledig meegemaakt. In het begin werden we toch beschouwd als een soort hulpjes, die er bij bungelden. Aardige jongens met een toverlantaarn. Dat ik net als de conservatoren een universitaire opleiding had maakte niet veel uit."

Van Golberdinge uit Nijmegen: "In de jaren '70 was er bij het educatieve werk in musea een duidelijk idealisme. Toen moest er ook nog voor geknokt worden en moesten er ideeën worden ontwikkeld. De sectie educatieve diensten van de museumvereniging bestond toen uit 10 à 15 mensen. Dat zijn er nu 200. De informatieverschaffing in musea is meer gemeengoed geworden. Het is nu meer geïntegreerd. Onze directeur schrijft nu ook teksten, dat deed hij tien jaar geleden niet in die mate. En ook als er geen educatieve dienst is, hebben veel musea hun presentatie

aangepast. In het algemeen zijn ze publieksvriendelijker. Het educatieve werk heeft op deze veranderde museumopvatting invloed gehad."

Schopping van het Centraal Museum: "Een belangrijke ontwikkeling in een aantal musea is een duidelijke herverdeling van verantwoordelijkheden. Enerzijds de conservatoren, die het wetenschappelijke werk doen en anderzijds een afdeling presentatie, die verantwoordelijk is voor het maken en inrichten van tentoonstellingen met alles erop en eraan. In die afdeling, die de resultaten van het wetenschappelijke werk presenteert, zal het educatieve werk dan opgaan."

Van de Sande en Den Braven uit Arnhem: "Wij zien educatief werk niet alleen als het maken van een begeleidende brochure, het rondleiden, een programmaatje voor de kinderen enzovoort. Het is belangrijk dat je als educatief medewerker betrokken wordt bij de hele presentatie van het museum. In vergelijking met het buitenland is dat in Nederlandse musea veel meer gebeurd. Educatie is in vergelijking tot tien jaar geleden geëmancipeerd geraakt.

Musea zien er tegenwoordig ook heel anders uit. Er wordt veel meer op gelet of het er aardig uitziet voor het publiek, op de bewegwijzering en of men ergens informatie kan krijgen. Ook de conservatoren zijn in hun presentaties publieksvriendelijker geworden. Conservatoren en educatieve medewerkers zijn beiden inhoudelijk bezig met de collectie. Je krijgt in de toekomst misschien meer een samengaan van beide functies. Zo'n integratie en acceptatie is makkelijker als, zoals bij ons, de educatieve medewerkers een wetenschappelijke opleiding hebben."

Kok van het Centrum voor Natuur en Landschap Terschelling: "In veel musea is een strijd geweest tussen de 'introverten', die bezoekers eigenlijk maar lastig vonden ("want dan moet ik achter m'n insecten vandaan") en de 'extraverten'. De mensen die zich inhoudelijk verdiepen in bepaalde onderwerpen en de kennis verzamelen zijn veelal niet in staat om dat ook nog op een heldere en flitsende manier over te brengen aan bezoekers. Andere mensen zijn nodig om die verzamelde kennis zo goed mogelijk over te dragen. Tussen die twee moet wel een goede communicatie zijn. Ik denk, dat in veel musea wat meer balans is gekomen tussen die introverten en extraverten. (...)

Een jaar of tien geleden is er een verandering in musea gekomen in de richting van wat meer consument gerichte eigentijdse presentaties, wat minder angst voor media en wat meer op een gelijke manier praten over wat op foto of beeldscherm verscheen en wat in de vitrines stond. Dergelijke presentaties zijn langzamerhand wat ingeburgerd geraakt."

Mevrouw Van Bebber van het Buro Kunstzinnige Vorming Delft: "Ook in de musea is veel veranderd. Vroeger was er mijns inziens een vreemde scheiding tussen educatieve tentoonstellingen en de andere presentaties. Dat is minder nodig. Geen museum kan zich meer veroorloven om niet na te denken over doelgroepen, werving, presentatie en begeleiding."

Brakke van het Drents Museum: "In het algemeen geldt voor veel musea, dat het niet meer nodig is om te discussiëren of publieksgericht werk nodig is. Het is een integraal onderdeel van het totaal. We moeten ons wel meer professionaliseren. Er houden zich vooral te weinig mensen bezig met theorievorming over het publiekelijk functioneren van musea."

Tenslotte laten we vier geïnterviewden aan het woord die de positie van het educatieve werk in vergelijking met tien jaar geleden verzwakt vinden.

Mevrouw Jonker van het Haags Gemeentemuseum: "Er is een algemene tendens om de educatie wat terug te dringen. Tien jaar geleden was het hoogtepunt. Er was geld en er waren plannen. Door de bezuinigingen, die zeker in het Haags Gemeentemuseum zeer fors waren, is het nu

allemaal minder grootscheeps. Er blijft wel veel over, maar de grote educatieve voorbeelden ontbreken. Ik geloof dat het terugdringen van de educatie ook in veel andere musea plaatsvindt, maar bij ons is een duidelijke cesuur."

Hilckmann van het Veluws Museum: "Educatie in het museum wordt nu gedragen door een ander uitgangspunt. Toen was het een belangrijk doel op zich, nu is het een onderdeelje van het beleid. Toen was educatie hèt en stond ik ook onder invloed van de grote voorbeelden, zoals Van Wengen, Spruit en Overduin. Nu is alleen Van Wengen er nog als een soort achtergebleven profeet in de doodse stilte van de educatie woestijn. Maar ik chargeer. Mijn idealisme was wel deels ingegeven door opportunisme. Alles waar geld voor nodig was noemde je educatief, zelfs de emmers en bezems die je aanschafte. Want als het etiket educatief had, was het goed en je zit voortdurend in geldnood."

Mevrouw Van Leeuwen van het Mauritshuis: "Public relations en management zijn nu de toverwoorden, in de jaren '70 was dat educatie. In verschillende musea zitten de educatieve diensten nu in het verdomhoekje en is de rest van de staf er niet meer zo in geïnteresseerd. Het is meer een algemeen gevoel, maar ik geloof niet dat je het direct in budgettermen kunt vertalen, want dat blijkt mee te vallen."

Van der Hoek van het Rijksmuseum: "De misser van deze tijd is de keuze voor behoud en beheer ten koste van presentatie. Er is niet genoeg geld en de museums (de directeuren, het ministerie) geven nu voorrang aan behoud en beheer. Het argument is: als we het niet doen, ontstaat er een gat in de collectie. Maar voor collectie kun je publiek invullen: als we nu niks aan het publiek doen, hebben we straks een generatie die niet weet hoe ze met die collecties om moeten gaan. Museums zijn altijd in handen geweest van de verzamelaars die met de mond het publiek hebben beleden. Als educatieve diensten niet genoeg status hebben verworven dan leggen ze nu misschien het loodje, maar als je echt een plaats in het museum hebt en kwaliteit, word je niet zo terzijde geschoven."

Al met al overheerst de mening dat het educatieve werk in de zin van passieve en actieve publieksbegeleiding in de meeste musea geaccepteerd is. De strijd om erkenning uit de jaren '70 is grotendeels voorbij en het is in de discussies in de musea geen hot issue meer.

De educatieve medewerker is niet meer een vreemde eend in de bijt, maar is een gewone (aangepaste?) museummedewerker geworden. Ook in musea waar geen aparte medewerkers voor publieksbegeleidende taken zijn hebben veel conservatoren en directeuren hun aanpak bijgesteld en zijn publieksvriendelijker geworden.

Een minderheid van de geïnterviewden ziet echter dat de balans weer is doorgeslagen naar de objectgerichte taken of anderzijds naar de werving en public relations. Opportunisme en modes overheersen naar hun mening en de tijd van de educatie is voorbij.

4.6. De op het publiek gerichte activiteiten

In de nota 'Naar een nieuw museumbeleid' werden drie op het publiek gerichte taken onderscheiden: ten eerste de 'passieve presentatie', waarbij men moet denken aan expositie-inrichting en kijkbegeleiding, ten tweede de 'actieve presentatie', waarbij het gaat om de directe educatieve begeleiding van met name groepsbezoekers en ten derde de werving van het publiek.

In het onderzoek van Holman en ook in deze replicatie is deze globale indeling aangehouden, hoewel het onderscheid tussen passief en actief niet altijd eenduidig is. Sommigen hanteren dan ook liever het onderscheid tussen in de presentatie aanwezige, 'ingebouwde' begeleiding en de toegevoegde begeleiding.

Tien jaar geleden werd geconstateerd dat de begeleidingsactiviteiten van de educatieve medewerkers nog voornamelijk op de groepsbezoekers gericht waren en nog maar in beperkte mate op de individuele bezoeker. (Holman, 1980, p.68). In deze paragraaf gaan we in op de vraag of men zich in de begeleiding meer is gaan richten op die individuele bezoeker. Een volgende vraag is welke middelen momenteel bij de publieksbegeleiding worden benut. Uit de landelijke inventarisatie van tien jaar geleden (Daamen & Haanstra, 1980) bleek dat in musea met een thematische benadering meer gebruik gemaakt werd van geluid en van video en film als vormen van 'passieve' begeleiding dan in musea die een vakwetenschappelijke benadering hanteerden. Is men door de technologische ontwikkelingen nu in alle musea op grote schaal nieuwe presentatiemiddelen gaan gebruiken en hebben de traditionele maar vaak bekritiseerde 'actieve' begeleidingsmiddelen als de rondleiding afgedaan?

Tenslotte behandelen we in welke mate in de onderzochte musea de passieve en actieve begeleiding van het publiek zijn verdrongen door de derde taak die we hebben onderscheiden: de werving van het publiek.

4.6.1. De passieve presentatie

Bij de behandeling van de positie van de publieksgerichte taken in het museum is al aangegeven dat de aandacht van de educatieve medewerkers voor de passieve presentatie is toegenomen. Dit houdt in dat ook de aandacht voor de begeleiding van de individuele bezoeker is toegenomen. We citeren hieronder enkele kenmerkende voorbeelden.

Beenker van Museum Boymans-Van Beuningen: "Bij de begeleiding heeft structurele schriftelijke informatie voor de individuele bezoeker prioriteit. Er moeten een algemene folder en deelgidsjes voor het museum komen. Het is de bedoeling om daartoe de kennis van de medewerkers van de afdeling Communicatie op het gebied van mondelinge groepsbegeleiding op schrift te stellen." De educatieve medewerksters van het Openluchtmuseum:

"Onze activiteiten gaan zeker niet in de eerste plaats naar de groepsbezoekers, maar zijn vooral gericht op de presentatie als geheel en de individuele bezoekers. Een groot deel van onze tijd zijn we bezig met teksten."

Faber van het Museum voor Volkenkunde Rotterdam: "In de praktijk besteedt de publieksdienst veel tijd aan het (mede) voorbereiden van tentoonstellingen. De consequentie hiervan is dat de meeste aandacht gaat naar de individuele bezoeker en minder, zoals vroeger, naar het groepsbezoek."

De betekening

"Over het gebruik van teksten bij de presentatie lopen de meningen uiteen. Factoren die daarbij een rol spelen zijn de lengte, de moeilijkheidsgraad, layout en dergelijke." Dit concludeerde Holman in 1980.

In zijn toekomstdroom over het museum zag Overduin (1984) dat er een einde was gekomen aan de discussie over de educatieve middelen. Teveel was in het verleden gepraat over het hoe en te weinig over het waarom. In zijn museale utopia hoeft nooit meer te worden gepraat over "hoe maak ik een diaprogramma" of "hoe schrijf ik mijn teksten". Dat soort kwesties zijn "in handige

boekjes beschreven, die eens in de vijf jaar worden gecorrigeerd."

Inmiddels zijn dergelijke boekjes verschenen (Jongejans, Jongbloed & Elbers, 1988) en is door onderzoek bijvoorbeeld in het Rijksmuseum en het Centraal Museum (Derks & Van Megen, 1986) de kennis over reacties van het publiek op informatieverstopping toegenomen. Maar door persoonlijke voorkeuren en verschillen in opvattingen over publieksbegeleiding zullen de discussies over het hoe blijven voortduren.

Hieronder volgen enkele citaten die de uiteenlopende meningen illustreren.

Van der Hoek van het Rijksmuseum: "Een belangrijke begeleidingstaak in het museum is het produceren van teksten ten behoeve van tijdelijke tentoonstellingen. Onze tekstpresentatie was heel strikt; 40 aanslagen op een regel, cesuur na drie regels.. Onderzoek wijst uit dat het publiek de teksten waardeert. Er zijn momenteel wel wat ontwikkelingen in de tekstpresentatie. In het prentenkabinet is de aanpak al minder strikt. Daar is, omdat het werk in vitrines hangt/licht, de leessituatie ook anders dan in de overige zalen."

Hiddingh van het Noorder Dierenpark: "We hechten erg aan de teksten. In het park en in de musea gebruiken we eenzelfde soort teksten: kort (maar dat zal iedereen wel zeggen) en begrijpelijk. Iemand van 12 jaar moet het kunnen lezen. Toch maak je het vaak nog te moeilijk. Ik kan wel een paar plaatsen aanwijzen waar de tekst te moeilijk is, maar ik kan geen enkele plaats in het park en de exposities aanwijzen waar de tekst te makkelijk is."

Van Tilborgh van het Museum Vincent van Gogh: "Ik vind, dat je teksten moet schrijven, die ook mensen van een wat hoger opleidingsniveau aanspreken. Het moet niet kinderachtig worden. Teksten die ik zelf niet zou willen lezen, die deugen niet. Over de educatieve begeleiding in het Rijksmuseum ben ik sceptisch. Daar hebben ze de neiging om als het ware op hun hurken te gaan zitten. Ze hanteren strikte regels van één mededeling per regel, korte regels etc., zodat een soort poëzie ontstaat. Het uitgangspunt is, dat het anders niet begrijpelijk zou zijn voor het grote publiek. Ik schat het belevingsvermogen van het publiek wat hoger in en vraag misschien, dat ze er wat meer moeite voor moeten doen. Dat is geen pleidooi voor specialisten teksten, het moet duidelijk en begrijpelijk zijn."

Faber van het Museum voor Volkenkunde in Rotterdam: "Het streven is om de teksten in tentoonstellingen beperkt te houden. Ik ga er niet vanuit dat een goede tekst alleen maar kort is en eenvoudig de rode draad aangeeft. Sommige tentoonstellingen vragen om een meer literaire of soms zelfs poëtische toon. Bij religieuze of filosofische achtergronden is het moeilijk om alleen simpele termen te gebruiken. Althans, zonder dat ik het gevoel krijg, het staat er wel, maar op zo'n boerenkoolachtige manier dat het weerstanden bij mij oproept. Ik ben tegen te simpel en ook als niet iedereen het kan volgen zal ik het niet zo maar terugnemen."

Wagenaar van het Amsterdams Historisch Museum: "Wat betreft de beteksting hanteren we nog steeds een driedeling in (a) de kop, (b) het verhaal en (c) het commentaar bij de voorwerpen. In (b) en (c) zit een zekere redundantie om te voorkomen dat mensen die alleen voorwerpen bekijken incidentele informatie krijgen zonder context. Mensen die vooral het verhaal op de begeleidende borden lezen zijn de minderheid. Een belangrijk deel wordt geleid door objecten en loopt vrij selectief van object naar object. Daar moet je je presentatie bij aanpassen. Je moet de bezoeker vòòr zijn door voor bepaalde objecten, de sleutelstukken, aandacht te vragen en dan daar je onderwerp aan te snijden. Dat is het vak, dat is tentoonstellingskunst."

Brakke van het Drents Museum: "De beteksting wisselt per tentoonstelling en de doelstelling die je ermee hebt. Bijvoorbeeld de Afdeling Geschiedenis bevat plus minus 80 pagina's getikt A4. het is niet de bedoeling dat iemand dat in één keer leest. Maar dat staat 7 à 8 jaar, mensen kunnen er meerdere keren terugkomen. Bijvoorbeeld op een tijdelijke tentoonstelling van een kunstenaar zul je minder tekstueel en ander begeleidingsgeweld loslaten. Dus we maken ook mooie serene kunsttentoonstellingen met kleine tekstjes en soms met een interview met de kunstenaar op video, maar dan vrij sec over de achtergronden van z'n werk."

Mevrouw Jonker van het Haags Gemeentemuseum: "Het wegwijs maken van de individuele bezoeker werd gedaan met behulp van zaalteksten, audiovisuele middelen enzovoort. Dat is veranderd, omdat de nieuwe directie daar tegen is. Bijvoorbeeld bij een recente tentoonstelling van Penck was er absoluut geen enkele begeleidende tekst. Er was wel een uitvoerige catalogus, maar die kostte fl. 65. We zagen het als educatieve dienst als onze plicht toch iets aan achtergrondinformatie te geven. Er is toen een vouwblad gemaakt, dat is het minimum wat je kunt doen. Maar begeleidende teksten, foto's e.d. 'op de muur' zijn nu uit den boze. Naar mijn mening moet het ook niet worden opgedrongen, maar als je geïnteresseerd bent, moet je die informatie kunnen vinden. Veel mensen hebben daar ook behoefte aan."

Bertheux van het Stedelijk Museum Amsterdam: "Tekstpanelen zijn niet altijd gebruikelijk. De vorige directeur, De Wilde, had er een grote aversie tegen. Bij Beeren is dat minder. Maar als je kijkt waar ze zijn gebruikt, dan is dat bij 'Holland in Vorm', 'Oscar Schlemmer' en 'Malevich'. De laatste twee zijn grote historische tentoonstellingen met de bedoeling het grote publiek te bereiken. Dan wil je iemand, die slecht geïnformeerd is, de hand reiken." De begin 1989 gehouden tentoonstelling 'Horn of Plenty' met 16 kunstenaars uit New York, waaronder Koons, werd in de zalen niet met teksten begeleid. Mevrouw Pieters, eveneens van de afdeling Communicatie van het Stedelijk Museum: "Het varkentje van Koons heeft veel opwinding veroorzaakt. Als je daar een bordje met 'zus en zo zit het' naast hangt, dan haal je een heleboel van het effect weg. Kunst mag toch verwarrend werken! Ik vind het niet een taak om kunst die kort geleden gemaakt is van A t/m Z uit te leggen. Daarbij telt het verrassingselement. Kunstenaars, die historisch verder weg zijn, lenen zich meer voor educatieve begeleiding. (...) De verantwoording voor die tentoonstelling stond in de catalogus en er zijn legio mogelijkheden om die in te zien. Ook in het Stedelijk Museum Bulletin is het uitgebreid behandeld. Het bulletin is voor fl. 2,50 te koop. Bij vouwbladen in de zaal bestaat het probleem dat er teveel zonder betaling wordt meegenomen."

Beenker van Museum Boymans-Van Beuningen: "De tentoonstelling moet ook niet verstoord worden door tekstpanelen. Wel is er aan het begin van een tentoonstelling altijd één tekstpaneel dat een karakterisering van het getoonde geeft, een soort verantwoording."

We kunnen concluderen dat ook in de huidige interviews de meningen over teksten in de presentatie uiteen blijven lopen. De algemene tendens is: eenvoudig, helder, niet te lang en niet te veel, maar niet altijd eenvoudig (bijvoorbeeld Van Gogh Museum en Museum voor Volkenkunde Rotterdam), soms wel lang en veel (Drents Museum) en soms helemaal niet, althans niet aan de tentoonstellingswanden. Dat laatste geldt met name voor presentaties van hedendaagse kunst (Stedelijk Museum Amsterdam, Boymans-Van Beuningen Rotterdam, Haags Gemeentemuseum).

Begeleiding door middel van teksten is uiteraard niet beperkt tot de bijschriften van objecten of

tekstpanelen. Andere veel gebruikte vormen zijn uiteraard de catalogus, beknopte museumgidsjes en 'zaalpapieren' die al dan niet tegen betaling meegenomen mogen worden, of zoals in het Mauritshuis weer moeten worden teruggelegd. Mevrouw Van Leeuwen van het Mauritshuis: "Er is geen gewone beteksting, behalve koperen bordjes op de schilderijen. Daarnaast is er per zaal een standaard waar je kaarten met informatie uit kunt pakken, maar dat is hetzelfde als bebording. Daar is bewust voor gekozen. Onze kracht is ons prachtige 17de eeuwse gebouw. Je moet daar veel schilderijen in kwijt. Het is zonde om het chique gebouw te verzakelijken door tekst en uitleg aan de muur er bij te hangen. Er is geen ruimte voor, maar ook uit esthetische overwegingen. Het blijkt, dat mensen die kaarten heel prettig vinden, omdat ze de teksten in hun hand kunnen houden en zich niet naar voren hoeven te buigen naast het schilderij. Bovendien zouden tekstborden ontzettende opstoppen kunnen geven, omdat het hier klein is. Van de kaarten wordt zo gretig gebruik gemaakt door het publiek, dat ze binnen een half jaar helemaal stukgelezen zijn. Ik laat ze daarom nu volgens een ander procedé plastificeren."

Andere vormen van tekstuele begeleiding zijn leestafels met documentatie, museumroutes, die bijvoorbeeld een bepaald thema behandelen en periodieke uitgaven van het museum (Bulletin, Nieuwsbrief) met informatie over tentoonstellingen, zowel bedoeld voor abonnees als voor de losse verkoop.

Een probleem bij museumroutes, zaalpapieren e.d. voor zover ze betrekking hebben op de presentatie van de vaste collectie is dat 'vast' of 'permanent' uiterst relatieve begrippen zijn. Wanneer die presentatie voortdurend wisselt en de educatieve dienst daar weinig invloed op heeft dan zijn de teksten vaak niet meer ter zake. In het Centraal Museum geeft men daarom in de zaalpapieren geen informatie per object, maar over stijlen en personen.

Audiovisuele media, computers, 'hands-on'

Bij kunst en dan vooral bij hedendaagse kunst is de weerstand van de betrokkenen tegen begeleidende teksten en ander begeleidingsgeweld het grootst. Angst voor versimpeling en betutteling en voor verstoring van het kijkgenot spelen daarbij een rol. In Museum Boymans-Van Beuningen worden wisseltentoonstellingen zo mogelijk begeleid door documentatie en door relevante films of televisieprogramma's op video. "Een probleem bij de videopresentaties is, dat er weinig geschikte ruimtes voor zijn in het gebouw. In de tentoonstellingszalen moet een aandachtige stilte heersen. Het voortdurende getetter van een video is hinderlijk."

De terughoudendheid bij de begeleiding van vooral moderne kunst is geen nieuw verschijnsel. Holman constateerde dat tien jaar geleden, maar ook Vaessen gaat daar uitgebreid op in. Dat puur esthetische presentaties en "sophisticated" en "serene" kunsttentoonstellingen tegenwoordig "weer mogen" zoals sommige geïnterviewden beweren lijkt dan ook wat overtrokken. Dergelijke presentaties zijn niet echt weggeweest.

Diverse educatieve medewerkers van volkenkundige, historische of natuurhistorische musea die veel meer dan hun collega's in kunstmusea geneigd zijn 'toeters en bellen' in de presentaties te gebruiken hechten wel aan het visuele aspect en het gebruik van uiteenlopende media.

Goud van het Museon zegt: "In een museum kom je om dingen te zien en te beschouwen en niet om er hele verhalen te lezen." Faber van het Museum voor Volkenkunde Rotterdam: "De presentatie krijgt bij ons zeer veel aandacht. We beschouwen een tentoonstelling als een soort verhaal, met een kop en een staart. Maar het is géén opengeslagen boek. Het zwaartepunt moet liggen bij datgene wat de bezoeker niet op een andere manier te zien kan krijgen.

De kijker moet een beetje verleid worden door de objecten en de manier waarop ze gerangschikt

zijn en van een context zijn voorzien. Het visuele is belangrijk. We werken met kleur en lichteffecten. Maar ook met andere media, zoals geur (bij een specerijen-tentoonstelling) en met geluid en muziek."

Brakke van het Drents Museum: "We maken veel gebruik van visuele informatieoverdracht: cartoons, opengewerkte tekeningen en flitsende diaprogramma's. Dus niet een diaprogramma van 15 minuten met 30 plaatjes en een oubollige tekst, uitgesproken door de juffrouw van kantoor. Dat kan niet meer. Mensen zijn een bepaalde kwaliteit van media gewend. Dus een diaprogramma mag maximaal een minuut of acht, negen duren, met drie of zes projectoren en een professionele commentaarstem. (...)

In de stijl kamers maken we gebruik van walkmans. Door middel van een soort hoorspel wordt je langs de voorwerpen gestuurd. Wat we niet verwacht hadden, is dat juist oudere mensen het prachtig vinden."

De technologische ontwikkelingen hebben ook voor de musea in de afgelopen tien jaar nieuwe of verbeterde media opgeleverd, zoals de video, de computer en de beeldplaat. Het gebruik van computers in de onderzochte musea lijkt vooral gericht op de automatisering van de administratie en het collectiebeheer. Toepassingen in de presentatie komen nog vrij weinig voor. Experimenten hiermee zijn niet voorbehouden aan de grote musea. We geven twee voorbeelden.

Hilckmann van het Veluws Museum: "Er wordt nu veel meer gebruik gemaakt van audiovisuele middelen. Er is een diapresentatie als inleiding op het museum, er zijn twee video's en er is een spelcomputer. Met die audiovisuele middelen kun je meer informatie geven dan aan de hand van de objecten alleen en je kunt de verblijfsduur van de bezoekers in het museum verlengen. De spelcomputer is nu gericht op kinderen. (...) We werken aan de mogelijkheid om per computer meer informatie op te vragen over bepaalde onderwerpen waar je dan desgewenst een uitdraai van kunt krijgen. We willen die a.v. uitbreiden. Het wordt door het publiek gewaardeerd."

Kok van het Centrum voor Natuur en Landschap Terschelling: "Het gebruik van media om kennis over te dragen interesseert me hogelijk. Bij nieuwe ontwikkelingen op dit gebied hebben we al vaak vooraan gelopen. Onder andere bij de meerscherm diaprojecties.

De subsidiestructuur in dit land is zodanig, dat wie het eerst komt het eerst maalt. Pilot projects zijn in een beginstadium het meest gewild en kleine musea passen dan goed in de budgettaire normen. Dus om opportunistische redenen horen we daarom ook bij de eersten. Want in een latere fase wordt er niet meer gekeken naar wat een leuk klein museum, maar kijkt men naar verspreiding en rendement. Dan gaan ook de middelgrote en grote musea in die pot graaien en dan is het snel op." (...)

We zijn nu al een aantal jaren aan het automatiseren. In 1985 werd hier de eerste computertoepassing in een expositie gerealiseerd. Het was een simulatiemodel van de duurzame energie-installatie van de Hogere Zeevaartschool op Terschelling, met een windmolen en een zonnecollectorveld. Bezoekers konden het verbruik van de school instellen en de weersomstandigheden (windsnelheid en lichthoeveelheid). De bedoeling was om het zo te sturen dat de school geen energie van buiten nodig had of zelfs energie aan het net kon leveren. Computergebruik in de nieuwe presentatie zal onder meer plaatsvinden in een simulatiemodel van eb en vloed rond het eiland Terschelling, informatie over vogels en hun zang of geluid, en een weerstation waarbij op beeldschermen actuele waarden worden gegeven, maar men ook informatie uit het verleden kan opvragen. Er zijn plannen voor uitbreiding van determinatie en simulatiespelletjes (zoals 'voedselketens' en 'zo vervuilen we de Noordzee') en voor een biotopendatatheek. Ook zullen essentiële teksten in meer-talenschermen worden gepresenteerd en zal men uitdraaien van informatie kunnen opvragen.

Maar het gaat niet om de techniek, maar om het verhaal op een aantrekkelijke manier te brengen. Er zullen wel schermen zijn, maar gewone toetsenborden en de 'muis' zijn afgekeurd voor publieksdoeleinden. Het duurt binnen een museumbezoek te lang voor men dat zich eigen heeft gemaakt. We zijn dus zo arrogant om nieuwe eigen 'user interface' te bedenken en samen met de TH Twente uit te testen. Gewone schermen zijn wel geschikt voor documentatietaken, maar voor echte presentaties heb ik 19 inch schermen en kleur nodig, anders kan ik m'n verhaal niet kwijt. Om te laten zien hoe de branding stuk loopt op de kust moet de zee en de lucht blauw zijn en het strand geel, anders ontbreekt bij de kijker de associatie.

Als je nu in je presentatie dia's hebt, geluidsbanden, video, etc., dan moet je er veel aan doen om het aan te praat te houden. Met name de mechanische aspecten maken het instabiel. Video ziet er ook afschuwelijk uit, de beeldscherpte is slecht en naarmate je het opblaast wordt het alleen maar erger. Daarmee kun je niet goed biologisch presenteren. Dat kan met die 19 inch schermen wel."

Een laatste aspect van de passieve presentatie betreft niet de media die rond de museale objecten worden ingezet en die soms leiden tot een activering van het bezoek, maar de objecten zelf. Uit het onderzoek van 1980 bleek dat bij sommige musea plannen of eerste aanzetten waren voor een 'gebruikscollectie', dat wil zeggen een verzameling objecten die door bezoekers mogen worden aangeraakt en zo mogelijk gebruikt. Dit 'hands-on' principe kan worden toegepast in museale presentaties, maar ook in leskisten voor het onderwijs. De toepassing in museale presentaties heeft geen grote vlucht genomen.

Bijvoorbeeld Van de Sande en Den Braven van het Openluchtmuseum: "Getracht wordt om de presentatie dynamischer te maken, dus bijvoorbeeld dat we de fabrieken laten werken en mensen niet naar stilstaande machines kijken." Maar: "Er wordt niet gestreefd naar presentaties waarbij bezoekers zelf overal aan mogen zitten. In onze opvatting is dat ook niet nodig. We vinden toch nog steeds: een museum is een museum en dan zit je niet met de vingers aan de spullen."

In het Drents Museum daarentegen is een deel van de presentatie wel op aanraken mag ingesteld: "In de historische opstelling is bijvoorbeeld een deel van een echt huis uit 1928 opgebouwd, waarvan de hele inboedel niet alleen bekeken maar ook aangeraakt mag worden. Dus de linnenkasten mogen open en alles mag bevoeld. Uit angst voor het verdwijnen van voorwerpen hebben we de hele inboedel drie keer in voorraad! Maar er zijn nu 25.000 mensen doorheen gegaan en er is nog niks weg. Ook bij dat huis was eerst wel schroom om dingen beet te pakken, maar toen men eenmaal zover was, deed men het overal en moesten we ze ook uit de hemelbedden in de stijlkamers plukken! Dus daar hebben we ook iets op moeten vinden."

Ook op andere manieren wordt in Assen getracht bezoekers met de collectie bezig te laten zijn: "Bijvoorbeeld, we hebben een belangrijke collectie op het gebied van de prehistorie. We hebben veel geëxperimenteerd met programma's voor het onderwijs op dat gebied. In het algemeen wordt zo'n onderwerp vaak zeer abstract behandeld. We hebben programma's ontwikkeld die niet uitgaan van de bekende potten en pannen methodiek, maar we trachten door middel van menselijke activiteit de prehistorie toegankelijk te maken. De primaire levensbehoeften van de mens vormen de rode draad. (...)

Wat we in die onderwijsprogramma's over de prehistorie hebben ontwikkeld aan doe-activiteiten en manipulatieve dingen willen we nu voor de individuele bezoekers brengen. Uit enkele van onze experimenten daarmee blijkt echter dat ouderen vaak niet willen meedoen, maar hun kinderen er op af sturen. Amerikaanse volwassenen hebben daar geen last van, maar hier is het gevaar dat je het tegendeel bereikt van wat je wilt en dat mensen zich gegeneerd afzijdig houden. Ook

Franse ouders blijken overigens liever op veilige afstand te blijven.

We hadden bijvoorbeeld de mogelijkheid geboden om met vuurstenen allerlei activiteiten te doen: bomen hakken, pijl en boog schieten en zelfs konijnen villen. Dat laatste hebben we na een paar dagen al afgeschaft.

Onze conclusie is, dat je doe-activiteiten in het museum moet beperken tot demonstraties met af en toe de mogelijkheid om iets in je handen te pakken. Verder niet, want anders voelt men zich bekeken. Het kan wel in cursorisch verband, maar in aparte werkruimtes.

Volgend jaar zomer gaan we voor individuele bezoekers een discovery room openen, waar allerlei zaken worden gedemonstreerd door wat men in Frankrijk 'animateurs' en 'animatrices' noemt, mensen die het publiek bezighouden."

Met deze animateurs zijn we gekomen bij de actieve publieksbegeleiding.

4.6.2 De actieve presentatie

Rondleidingen en lezingen

De rondleiding was tien jaar geleden de meest gebruikte begeleidingsvorm, maar het was een vorm die vaak bekritiseerd werd als ineffectief en achterhaald.

Die kritiek lijkt te zijn verminderd. "De rondleiding is weer helemaal terug" heet het, of "het publiek vraagt erom."

Van der Hoek van het Rijksmuseum: "Ik was nogal monomaan audiovisueel, maar daar ben ik wat van teruggekomen. In m'n vorige musea heb ik zeer veel aan audiovisuele presentaties gedaan en heb ik de rondleiding sterk bekritiseerd als weinig effectief. Nu, ouder, wijzer en dus milder denk ik, elke informatiedrager kan geschikt zijn. Bied het maar aan en laat het publiek kiezen."

Omdat rondleidingen arbeidsintensief zijn wordt deze activiteit zeer vaak uitbesteed aan freelancers (bijvoorbeeld Rijksmuseum, Stedelijk Museum, Amsterdams Historisch, Gemeentemuseum Arnhem, Centraal Museum Utrecht) of aan vrijwilligers (Openluchtmuseum, Mauritshuis, Museon). De taak van de educatieve medewerkers is dan het trainen en begeleiden van de rondleiders. Alleen wanneer vakgenoten, hoogwaardigheidsbekleders of sponsors op bezoek komen, leiden medewerkers van het museum zelf nog rond.

Van Wengen van het Volkenkundig Museum Leiden betreurt die ontwikkeling, maar de meeste van zijn collega's tillen hier niet zo zwaar aan. Van Wengen: "Het is van groot belang om als educatieve dienst in het museum gastheer te zijn. We willen het contact met de groepen niet verliezen. Ten dele worden de rondleidingen uitbesteed. We hebben een groep mensen die tegen betaling rondleidingen over bepaalde onderwerpen kunnen geven. Veel mensen hebben toch behoefte aan uitleg en willen vragen stellen, eigen ervaringen vertellen ("ik was ook met vakantie op Bali.."). Die kun je niet met opdrachten het museum insturen. We zoeken naarstig naar methoden om die groepen van dienst te kunnen zijn en toch tijd over te houden voor onze andere taken." Een voorbeeld van zo'n methode, die bij een schoolproject in het Volkenkundig Museum Leiden wordt gehanteerd is dat leerlingen die zich op een bepaald onderdeel van de collectie hebben voorbereid, elkaar rondleiden.

Faber van het Museum voor Volkenkunde zegt over de directe begeleiding van groepen: "We zijn veel minder direct persoonlijk groepen aan het begeleiden, maar we leveren informatie, zodat bijvoorbeeld scholen het bezoek grotendeels zelf kunnen. Het oorspronkelijke idee was vrij radicaal: geen enkele persoonlijke begeleiding, maar zorg ervoor dat er drukwerk ligt. In

werkelijkheid is het nog een soort tussenweg. Er zijn niet of nauwelijks rondleidingen, die zijn te arbeidsintensief. Voor scholen die op bezoek komen zijn er vaak wel ontvangsten van plus minus een kwartier om de mensen wegwijs te maken. Een minimum aan persoonlijke opvang blijkt voor groepen toch belangrijk te zijn."

Enkele van de critici van tien jaar geleden (zoals Brakke van het Drents Museum, Kok van het Centrum voor Natuur en Landschap en Hilckmann van het Veluws Museum) zijn bij hun kritiek gebleven en geven ook nu geen rondleidingen. Zij achten hun (thematische) presentatie met daarbij het gebruik van activerende methoden effectiever.

Naast de rondleiding worden vooral in de grote musea ook ander vormen van 'frontaal onderwijs' toegepast, zoals lezingen en museumlessen. Soms worden verschillende vormen gecombineerd in cursusverband of in studiedagen en symposia.

Begeleiding van het onderwijs

Van het groepsbezoek vormt het onderwijs van oudsher de belangrijkste categorie. Veel begeleidingsactiviteiten van educatieve diensten waren tien jaar geleden (Daamen & Haanstra, 1980) en ook daarvoor (Van Lakerveld, 1970) gericht op scholieren.

Het scala van onderwijsactiviteiten was breed en varieerde van directe begeleiding tot informatievoorziening op afstand. Directe begeleiding omvatte rondleidingen, museumlessen en meerdaagse projecten (zoals in het Volkenkundig Museum te Leiden en op Terschelling). Andere begeleidingsvormen in het museum waren opdracht- en puzzeltochten. Als voorbereiding op en verwerking van het bezoek werd schriftelijk materiaal ter beschikking gesteld zoals leerlingboekjes, docenteninformatie en lessuggesties.

Leskoffers met informatie en met replica of authentieke voorwerpen konden naar scholen worden gestuurd en aanvragen voor scriptiemateriaal werden beantwoord (met name door het Rijksmuseum).

Een belangrijke nieuwe activiteit vormden vanaf eind jaren '70 de speciale educatieve tentoonstellingen, die vaak primair voor het onderwijs bedoeld waren. Ondanks de verhoudingsgewijs grote inspanning voor het onderwijs werd geklaagd over de geringe aansluiting van het museumaanbod op de onderwijsprogramma's en vice versa.

Op grond van de herinterviews kan geen harde uitspraak worden gedaan over de huidige kwantiteit van het aanbod voor het onderwijs in vergelijking met tien jaar geleden. De belangstelling vanuit het onderwijs zal door teruglopende leerlingaantallen, financiële beperkingen en het strengere toezicht op 'lesuitval' (met name in het voortgezet onderwijs) eerder zijn verminderd dan gegroeid.

De bovengenoemde vormen van aanbod voor de scholen zijn gebleven, maar er zijn duidelijke accentverschillen.

De belangrijkste daarvan zijn de aanzienlijke vermindering van speciale educatieve tentoonstellingen. Verder zijn veel musea het zwaartepunt van hun onderwijsactiviteiten gaan leggen bij schriftelijk informatiemateriaal met betrekking tot de vaste collectie of bij geschikt geachte tentoonstellingen. De docent moet zelf een actievere begeleidingsrol spelen. Dat geldt voor het bezoek aan het museum zelf, maar ook voor de voorbereiding en verwerking op school. De aansluiting van het aanbod van het museum op de verschillende onderwijsprogramma's is de taak van docenten. Educatieve projecten zijn ook vaker niet alleen voorbehouden aan het reguliere onderwijs, maar ook bedoeld voor bepaalde groepen volwassenen (bejaarden, plattelandsvrouwen).

Het aanbod van speciale educatieve tentoonstellingen, met name op het gebied van de kunst is verminderd. We citeerden al Beenker van Museum Boymans-Boymans, die zich een tegenstander verklaarde van tentoonstellingen die vanwege didactische bedoelingen worden georganiseerd. Ander musea die er mee zijn opgehouden zijn het Centraal Museum en het Drents Museum. Brakke van het Drents Museum: "We geloven hier niet meer in het heil van educatieve tentoonstellingen die als zodanig tot meer kunstbegrip zouden moeten leiden. We hebben wel een succesvolle serie van zeven dergelijke tentoonstellingen gehad met vlamme titels als 'Zo blauw als een tomaat' over kleur en 'Dat lijkt nergens op' over abstracte kunst. De laatste was in 1985. Dat soort kunstzinnige vorming is niet meer eigentijds. Het kan buiten een museale setting met een veel groter rendement gedaan worden, bijvoorbeeld via de televisie, wijk tentoonstellingen en dergelijke."

Schopping van het Centraal Museum: "Gezien de tijd en het geld dat de projecten ons kosten en de relatief kleine doelgroep was het niet meer rendabel. Tenslotte, schoolprojecten zijn wel leuk, maar ze zijn toch kleinschalig en hebben een vrij lage status. Je kunt weinig bruiklenen krijgen. Als je dan een paar grote dingen gedaan hebt met meer geld, met kwalitatief goede kunstwerken in vijf zalen en met een catalogus, dan denk je zo'n project op een zolderkamertje is eigenlijk peanuts. Maar het werken voor het onderwijs blijft van belang en moet ook gebeuren. We maken nu bij bepaalde tentoonstellingen die zich daarvoor lenen lesbrieven of andere speciale vormen van begeleiding voor scholieren. Misschien is het voor het onderwijs minder leuk. Het vergt in ieder geval wel meer van de docenten zelf."

Niet iedereen is gestopt met de speciale educatieve projecten. Van Golberdinge van de Commanderie van Sint-Jan: "Er zijn nog verschillende musea die het doen. Er zijn altijd ook musea die mijn tentoonstellingen overnemen. Om het niet-kenners publiek te informeren is het een goede vorm. Er is belangstelling voor en het onderwijs stelt er prijs op. Het is kortzichtig om deze verworvenheid van het educatieve werk nu af te doen als iets dat is geweest."

De Tentoonstellingsdienst van de Culturele Raad Noord-Holland neemt tentoonstellingen van onder meer de Commanderie over. Ook worden zelf rondreizende educatieve tentoonstellingen gemaakt, die deels in de scholen zelf kunnen worden opgesteld. Een voorbeeld van dat laatste is het 'Kunst in de klas' project, dat een expositie van zes grafische kunstwerken omvat begeleid door docenteninformatie en vragenlijsten en opdrachten voor leerlingen.

De grotere rol die de docent zelf geacht wordt te spelen bij de activiteiten voor het onderwijs blijkt uit verschillende interviews.

Mevrouw Van Bebber van het Bureau Kunstzinnige Vorming Delft zegt bijvoorbeeld: "Tien jaar geleden lag eigenlijk de gehele verantwoordelijkheid voor het slagen van projecten voor scholen bij ons. We leidden toen zelf de scholen vaak ook rond. Door de vermindering van personeel kan onze inbreng niet meer zo uitvoerig en uitvoerend zijn. Onze activiteiten zijn meer introducerend en gericht op informatie aanreiken. De rest moet de leerkracht zelf doen."

Bertheux van het Stedelijk Museum zegt over de begeleiding van het onderwijs bij de Malevich tentoonstelling onder andere: "Er is een speciale introductiedag gehouden die door zo'n 200 mensen is bezocht. Daar is uitgelegd wat ons idee is, namelijk dat wij als museum hier ter plekke wel handgrepen bieden in de vorm van tekstpanelen, film of een diaprogramma. Maar jullie docenten moeten van ons een hoeveelheid overnemen, want wij kunnen dat niet hier met jullie leerlingen doen. De leerlingen moeten door de docenten op school voorbereid worden."

Van de Sande en Den Braven van het Openluchtmuseum: "We vinden het prettig als scholen

voorbereid naar het museum komen. We hebben een drietal pakketten gemaakt, waarmee men op school aan de gang kan en er in het museum een vervolg aan kan geven. Maar we nemen de taak van het onderwijs niet over, we zijn geen onderwijzers. Onze lespakketten zijn dan ook bescheiden, ze bestaan uit een boekje en wat achtergrondmateriaal voor de docent. Scholen werken met zoveel verschillende lesprogramma's en elke school wil een project weer anders doen. Het is weinig efficiënt om daar heel uitgebreide programma's voor te schrijven."

Directe begeleiding van het onderwijs in de vorm van rondleidingen of museumlessen heeft minder aandacht, maar is niet verdwenen. Het museum, dat van oudsher museumlessen als hoofdtak zag is het Museon in Den Haag.

Goud: "Een van de belangrijkste activiteiten is nog steeds het geven van lessen. Elke educatieve ambtenaar geeft in principe twee ochtendlessen en heeft 's middags andere museumactiviteiten. Aan de lessen doen steeds vaker groepen volwassenen mee, maar in hoofdzaak zijn ze voor het onderwijs. Daar zit een enorme administratieve organisatie aan vast. (...) Er is een speciaal iemand in dienst die de roosters opstelt en uitzoekt welke combinaties van scholen bij het busvervoer mogelijk zijn. Een school die deelneemt krijgt een oproepkaart met een afspraak en de leraar krijgt informatie over doel en verloop van de les en mogelijkheden voor voorbereiding en verwerking op school. Een verschil met vroeger is, dat de lessen veel meer zelfwerkzaamheid van de leerlingen bevatten dan vroeger. Na een korte inleiding gaan de leerlingen onder onze begeleiding aan de gang, meest via werkboekjes die afgestemd zijn op hetgeen in die zaal te zien is. Sommige lessen zijn geheel praktisch, zoals de practicum les over de Noordzee."

'Extra' activiteiten

Tenslotte besteden we aandacht aan enkele 'extra' activiteiten, dat wil zeggen niet-museale activiteiten die los kunnen staan van collectie of tentoonstelling. Deels zijn ze nog aan te merken als vormen van begeleiding, deels gaat het om vormen van werving of 'klantenbinding'.

Van Wengen van het Volkenkundig Museum Leiden: "Een tentoonstelling is een mooie aanleiding om daaromheen een aantal andere dingen te organiseren. Ik spreek graag over een 'tentoonstelling plus'. Dus bijvoorbeeld een serie lezingen voor mensen die zich verder in het onderwerp willen verdiepen, of kunstvoorstellingen, zoals een gamalanconcert of een Wajangvoorstelling. Of voor mensen die iets met hun handen willen doen batikken en kalligrafie. Zo kun je verschillende groepen mensen op verschillende niveau's aanspreken. Je kunt ook denken aan taalcursussen, kookcursussen en dergelijke, of wat commerciëler aan aangepaste hapjes in het restaurant of een stand van een goed reisbureau."

Het organiseren van 'creatieve' cursussen en activiteiten kwam tien jaar geleden in 28% van de musea voor (Daamen & Haanstra, 1980). In die jaren bestond daar al veel kritiek op. (Holman, 1980; Cramer, 1980). Die kritiek kwam er op neer dat men het een voor musea oneigenlijke activiteit vond, omdat er veelal weinig relaties werden gelegd met de collectie. Meestal zou het om losstaande activiteiten gaan die beter in creativiteitscentra konden plaatsvinden. Ondanks deze kritiek is deze vorm van activiteiten niet uit de musea verdwenen. Wel kan men zeggen dat ze geen prominente plaats meer innemen.

Anderssoortige extra activiteiten zijn bijvoorbeeld stadswandelingen en verjaardagspartijtjes die de educatieve dienst van het Haags Gemeentemuseum organiseert. De verjaardagspartijtjes "bestaan uit een speelse museumles (bijvoorbeeld bij beeldende kunst of muziek) en een creatieve verwerking. Het klinkt wat oubollig, maar het is zeker niet vrijblijvend. Anders zouden we het niet doen. De belangstelling ervoor is groot.", aldus mevrouw Jonker.

Het Museon organiseert eens in de maand een thematisch weekend. Goud: "Bijvoorbeeld een 'astronomisch' weekend of, zoals onlangs, een 'preparatie'-weekend. Er waren toen plus minus 25 preparateurs in het museum met allerlei activiteiten, waaraan men kon deelnemen. Daar zijn zo'n 3.500 mensen op af gekomen. In het algemeen gaan we er steeds meer toe over om speciale activiteiten in de weekends en in de vakanties te houden."

Ook in Museum Boymans-Van Beuningen zijn de extra activiteiten deels begeleidend, deels wervend van aard. Beenker: "Verder organiseren we lezingen, concerten en dagen gewijd aan één kunstenaar, tot dusver Andy Warhol, Joseph Beuys en Salvador Dali. Een andere activiteit is de jaarlijkse culturele avond, met theater, muziek, modeshow, een band. Die avonden dienen als een soort katalysator. Het doel is om het museum voor een avond één van de sociale trefpunten voor Rotterdammers te laten zijn. Zoiets is bij wijze van spreken geslaagd als je in contactadvertenties gaat lezen: "Zag jou in Boymans, jij blauwe jas, groene bril etc." Zulke extra activiteiten zijn niet, zoals wel wordt beweerd, de pervertering van het museum. Het museum heeft een sociale functie voor bepaalde groepen. Een andere mogelijkheid om het museum een plaats in de stad te geven en om een groep meer structureel te binden, is ook een vriendenvereniging. Die is twee jaar geleden opgericht. Dat is ook een goodwill zaak. Het zal een bepaalde elite zijn, er zullen geldschietters tussen zitten en vertegenwoordigers van grote bedrijven." Op de werving en sponsoring gaan we hieronder verder in.

4.6.3. Werving

De geïnterviewden zijn het erover eens dat in vergelijking met tien jaar geleden een verzakelijking is opgetreden in de museumwereld. Het moet allemaal bedrijfsmatiger, commerciëler en efficiënter. Publiekscijfers spelen een grote rol (we komen daar in 4.7 op terug) en derhalve ook publiciteit en werving. De laatste jaren is ook sponsoring in musea een normale zaak geworden.

Voorlichting en public relations

Betekent de grotere aandacht voor publiciteit nu een totale verschuiving van "vorming naar werving"? Van de geïnterviewden die naast interne publieksbegeleiding ook public relations en voorlichting als taak hebben (en dat geldt voor de helft) beweren de meesten dat de inspanningen op gebied van werving van publiek niet of maar in beperkte mate ten koste zijn gegaan van de begeleiding van het publiek. Verder moet men bedenken dat uit de landelijke inventarisatie van tien jaar terug (Daamen & Haanstra, 1980) bleek dat toen al 65% van de educatieve medewerkers voorlichtings- en wervingsactiviteiten verrichtte. Meest genoemde activiteiten toen waren het verspreiden van folders en affiches, contacten met pers, radio en t.v. en contacten met de V.V.V. De aanpak van deze activiteiten is professioneler geworden. Bijvoorbeeld Hilckmann van het Veluws Museum:

"Sinds 10 jaar zijn we veel handiger en professioneler geworden in de public relations. We weten nu precies hoe we een tentoonstelling moeten promoten in de media. Ik heb uitstekende relaties opgebouwd in het Hilversumse. We kennen de verantwoordelijke redacteurs van relevante radioprogramma's en de toeristische journalisten. Per tentoonstelling kunnen we uitdraaien voor wie het geschikt is en wie het persbericht krijgt."

Over de vraag of publieksbegeleiding enerzijds en werving anderzijds door dezelfde personen of althans binnen dezelfde afdeling gedaan moeten worden lopen de meningen uiteen. Van der Hoek van het Rijksmuseum is een overtuigd tegenstander van het samengaan van begeleiding en

werving: "De afdeling educatie doet nadrukkelijk geen werving en public relations Daar is iemand anders voor. In de reorganisatieplannen van het museum was een publieksafdeling voorzien waarin educatie en werving samen zouden gaan. Daar hebben we ons heftig tegen verzet. Je moet mensen, die zich bezighouden met de kwaliteit van de begeleiding, niet opzadelen met de kwantiteit. Want als je de werving doet, word je gewogen op veel. We zijn ook niet geschikt voor dat werk, het is ons vak niet. (...) Voor educatieve medewerkers komt het meestal niet verder dan wat propaganda maken, een persbericht schrijven, een praatje met de pers en de televisieploeg wijzen waar de stopcontacten zitten. Het moet wel gebeuren, maar niet met de kwaliteit van onze afdeling."

Voorstanders van de integratie van begeleiding en werving zijn met name te vinden bij publieksgerichte afdelingen met de naam 'Communicatie', zoals bij het Stedelijk, Boymans-Van Beuningen en het Gemeentemuseum Arnhem. Van laatstgenoemd museum zegt Mevrouw Van den Bergh: "Je kunt public relations en educatie wel als afzonderlijke vakgebieden zien, maar zoals ze in een museum functioneren is dat eigenlijk niet zo. Nu heb ik gezien de beschikbare tijd teveel dingen naast elkaar, maar voor alle deeltaken (public relations, sponsoring, educatie) aparte medewerkers die los van elkaar opereren, lijkt me niet goed. Het moet geïntegreerd gebeuren. Public relations is niet zo maar zo veel mogelijk mensen naar binnen halen. Ik kan geen public relations bedrijven los van de inhoud. Je moet precies weten wat er hier te zien is. Wat je naar buiten brengt, je publiciteit moet een duidelijke relatie hebben met de inhoud."

Beenker van Museum Boymans-Van Beuningen: "Public relations en educatie gaan naadloos in elkaar over. Beide inspanningen horen bij elkaar, je moet weten wie je binnenhaalt om in het museum goed te kunnen begeleiden. Veel educatieve medewerkers denken dat public relations oppervlakkig is, dat je 'gladde praatjes' moet verkopen. Ook hoor je "en dan moet ik nog journalisten te woord staan", op een toon alsof het tijdverlies is en een verwerpelijke bezigheid. Een goed public relations beleid is een serieuze zaak. We brengen in kaart wie over wat schrijft, zodat je gericht bezig kunt en de juiste kanalen bewerkt. Dat is van belang, gezien de grote diversiteit aan tentoonstellingen hier."

Tenslotte twee voorbeelden van musea waar begeleiding en werving door dezelfde personen gedaan worden uit vooral pragmatische overwegingen.

Van Golberdinge van de Commanderie: "Het schrijven van teksten voor folders, persberichten en aankondigingen wordt steeds meer door mijn collega van de educatieve dienst gedaan. Die taak heeft zich wel wat uitgebreid. Maar we zijn hier nog niet zo public relations minded.

In het algemeen moeten musea wel meer aan de weg timmeren en noodgedwongen is het vaak de educatieve dienst die dat doet, omdat de medewerkers daarvan toch meer met taal bezig zijn en beter 'krantentaal' kunnen spreken. Maar de uitspraak 'van vorming naar werving' geldt alleen voor bepaalde musea. Als je wilt werven prima, maar dat betekent niet, dat je vorming hoeft op te geven."

Brakke van het Drents Museum: "Tien jaar geleden werden educatieve activiteiten en voorlichting al door dezelfde dienst verzorgd. Ik doe presentatie en ik doe marketing en voorlichting. Eigenlijk zijn het twee verschillende grootheden en kunnen ze elkaar inhoudelijk bijten. Gechargeerd: op het ene moment ben je heel integer met een presentatie bezig en op het andere moment denk je welke leugens zullen we nu weer gebruiken om het volk binnen te krijgen. Maar het heeft ook voordelen dat het in één hand is, zodat er coherentie in de verschillende activiteiten kan worden aangebracht."

De conclusie uit de interviews ten aanzien van de verhouding tussen werving en begeleiding in musea is dat de grotere aandacht voor activiteiten op het gebied van voorlichting en public relations de begeleidingsactiviteiten niet hebben verdrongen. Over de vraag of de beide soorten publieksgerichte taken door dezelfde personen moeten worden verricht lopen de meningen uiteen. Principiële tegenstanders benadrukken het verschil in doelstelling tussen beide taken, voorstanders zijn van mening dat beide taken geïntegreerd moeten gebeuren en tenslotte zijn er de pragmatici, die beide taken verrichten ongeacht de wenselijkheid of onwenselijkheid. Het gaat dan vaak om musea met een beperkte staf, waarvan iedereen verscheidene functies naast elkaar vervult.

Sponsoring

In de interviewronde van tien jaar geleden kwam alleen in het gesprek met de medewerker van het Stedelijk Museum expliciet sponsoring ter sprake. Tegenwoordig proberen veel musea activiteiten te laten sponsoren. Ook wordt meer dan vroeger getracht om inkomsten te krijgen door de exploitatie van restaurants, museumwinkels en de verhuur van ruimtes in het museum voor recepties, feesten en dergelijke.

In vergelijking met public relations en werving is sponsoring minder een taak die aan de medewerkers voor publieksbegeleiding wordt toegeschoven. Bijna de helft van de geïnterviewden verricht wel activiteiten op dit terrein, maar het gaat vaak om deeltaken. "Als je bedrijven benadert voor geld voor tentoonstellingen, dan blijkt dat ze alleen met de directeur willen spreken. De rest is niet interessant.", zegt mevrouw Jonker van het Haags Gemeentemuseum. Een directe relatie tussen educatief werk en sponsoring zien we soms bij cursussen of rondleidingen voor medewerkers van bedrijven, die financieel hebben bijgedragen aan tentoonstellingen of vaste presentaties.

Hieronder volgt een aantal citaten over sponsoring die de verschillende meningen en activiteiten weergeven.

Mevrouw Van den Bergh van het Gemeentemuseum Arnhem: "Sponsoring is vooral een taak van de directeur en mij en in mindere mate van de andere conservatoren. Het gevaar bestaat dat het bedrijfsleven moe wordt van allerlei losse bedelacties vanuit musea en de hele kunstwereld. Het moet meer doordacht en vanuit een lange termijn visie gebeuren.

We hebben een keer een sponsoravond georganiseerd. (...) In de tentoonstelling Stonehenge is voor de helft gewerkt met sponsorgelden en voor de andere helft met risicodragend kapitaal, dat wil zeggen dat men ging participeren in de opbrengst van de entreegelden zodra wij als museum een bepaald bedrag uit het bezoek hadden binnengehaald."

Tot de taak van de afdeling Communicatie van het Stedelijk Museum behoort, naast educatie en public relations: "Het (waar mogelijk) vinden van sponsors, ofwel het onderhouden van de contacten met een eventuele sponsor en het uitwerken van een sponsorovereenkomst. Nieuw facet is de oprichting van een Vereniging van Vrienden. Wij menen dat je je basis in de steun die je zoekt niet alleen legt bij de gemeentelijke overheid, waar wij als gemeentemuseum in eerste instantie mee te maken hebben, of eventueel via sponsoring bij het bedrijfsleven. Maar dat je ook zoekt naar je vaste trouwe bezoekers die lid worden van een vriendenvereniging, die je via zo'n vereniging financieel of in een andere, morelere zin steunen.

Als wij een actie voeren om meer vrienden rond het museum te creëren, dan doe je dat op een bepaald niveau. Dat is niet de taal van het willekeurige reclamebureau. Het heeft te maken met kennisoverdracht over wat het museum is", aldus Bertheux.

Van Golberdinge van de Commanderie van Sint-Jan: "Sponsoring is meestal wel noodzakelijk als je meer wilt dan het minimum. Soms komt het voort uit de aard van de tentoonstelling, zoals bij

de tentoonstelling over Joris Ivens, waarbij Capi-Lux, een bedrijf waarvan Ivens' vader de grondlegger was, fotowerk heeft geleverd. Maar het bedelen om geld vind ik iets verschrikkelijks. Sommigen vonden sponsoring altijd al leuk en gingen er prat op om te kunnen zeggen dat ze straks weer gingen lunchen met de jongens van Philip Morris. Ik geef de voorkeur aan 'indirecte' sponsoring. Regelmatig komen hier mensen die ideeën hebben voor tentoonstellingen. Als we zo'n idee goed vinden, dan zeggen we o.k., wij hebben het gebouw en de deskundigheid met betrekking tot tentoonstellingen maken, jullie moeten voor de rest zorgen. (...)

De overheid heeft overtrokken ideeën over sponsoring. Het blijft toch een fractie op het totaal. Dit museum kost zo'n 2 miljoen per jaar. Als je eens een jaar fl. 20.000 extra bijeenkrijgt, is dat heel wat. Musea zijn nu eenmaal publieke instellingen, waarmee je geen geld kunt verdienen. En van de totale kosten maakt het educatieve werk maar een heel klein deel uit."

Mevrouw Jonker van het Haags Gemeentemuseum:

"Ervaring met sponsoring hebben we onder meer opgedaan bij het organiseren van 'The Spiritual in Art'. Dat was een gigantisch kostbare tentoonstelling. De vraag was, doe je niet aan sponsoring, waardoor die tentoonstelling er niet komt of doe je het wel. Er is toen besloten om het wel te doen. Overduin heeft in die tijd, vergezeld van onze zakelijke leider, veel geld bij elkaar gepraat. (...) De tentoonstelling werd gesponsord door de KLM en een bank. De bank had alle plaatselijke kantoren gevraagd de tentoonstelling te bezoeken en wij zorgden voor de opvang. Die bezoeken waren meestal 's avonds. Dan kregen ze eerst, want er was toen een enorme val van de aandelen op de beurs, een oppeppraatje van hun directeur. Daarna hielden Henk Overduin of ik een inleiding en vervolgens werden ze rondgeleid of gingen zelf kijken. En het eindigde met een borrel of een diner, dat organiseerden ze zelf. Onze inleiding duurde een half uur á drie kwartier. Het was een moeilijk onderwerp en we hadden een uitgekiende diaserie gemaakt. We hadden verschillende versies van de inleiding en konden al snel inschatten of we de makkelijke of de moeilijker versies konden gebruiken. Het was een hele nieuwe dimensie voor ons educatieve-lingen, want het is een totaal ander publiek dat je binnenhaalt. Ze zijn erg geïnteresseerd in de financiële aspecten. Na een inleiding kwam eens een man op me toe, die zei: "Wat u daar gezegd heeft, is uit het oogpunt van beleggingen zeer interessant.""

Wagenaar van het Amsterdams Historisch Museum: "Ondanks de forse teruggang van het budget is het tentoonstellingsprogramma redelijk overeind gebleven. Deels lukt dit door harder en efficiënter werken, maar ook via geld van buiten. Daarbij bestaat een voorkeur voor subsidies van andere overheden (provincie en rijk), die beschouwen we als het meest 'eigenlijk'. In de praktijk wordt ook met sponsors gewerkt, een spaarbank of een andere firma. Elke gulden besteed aan sponsoring wordt weer afgetrokken van de belasting. Uiteindelijk betalen we er allemaal aan mee. Het is een verlegging van de geldstromen, maar ook een verlegging van de eigenlijke verantwoordelijkheden. De verschillende overheden worden zich zo minder bewust van hun taak. Ik betreur het als musea voor hun normale activiteiten en dat zijn tentoonstellingen, zo afhankelijk zijn van geld van buiten."

We kunnen concluderen dat een deel van de geïnterviewden zich met enthousiasme op een meer commerciële aanpak heeft gestort, inclusief de sponsoring. Anderen doen het wat aarzelend of hebben grote weerstanden. Men is het erover eens dat zonder sponsoring veel activiteiten niet of alleen in minimale vorm mogelijk zouden zijn, maar dat anderzijds de bijdrage van sponsorgelden op de totale kosten van musea vrij beperkt is en naar verwachting ook zal blijven.

4.7. Over publiekscijfers en publieksgroepen

"Bezoekcijfers, daar kun je aan lijden; als het in juni (te) mooi weer is dan ga je piekeren. Die verdomde cijfers. (...) Ik weet hoe betrekkelijk zo'n cijfer is, maar je weet dat het politiek belangrijk voor je is." Dat zei in het interview van tien jaar geleden de toenmalige directeur van het Arnhems Gemeentemuseum. Toch concludeert Holman dat veel van de destijds geïnterviewden weigeren zich al te sterk door de cijfers te laten beïnvloeden.

In deze paragraaf gaan we na of de rol van de publiekscijfers is veranderd en welke bijdrage de publieksbegeleiding naar de mening van de geïnterviewden aan de bezoekcijfers levert. Tenslotte kijken we wat er is geworden van de pogingen om 'nieuwe' publieksgroepen het museum binnen te halen. Deze pogingen werden in de jaren '70 vooral ondernomen vanuit de emancipatorische opvatting over publieksbegeleiding.

Hoewel veel medewerkers de bezoekersaantallen uitdrukkelijk niet als maatstaf voor kwaliteit willen zien is men het er over eens dat, zoals Wagenaar van het Amsterdams Historisch Museum het uitdrukt "de gevoeligheid voor geld en getal in de musea is toegenomen."

Hoge bezoekcijfers zijn nog steeds van belang in verband met politieke afwegingen, maar er zijn vooral directe financiële belangen: inkomsten uit entreegelden zijn een belangrijke begrotingspost, tentoonstellingsbudgetten zijn vaak op een minimum aantal te halen bezoeken opgesteld (en dus (extra) entreegelden) en ook bij het verwerven of behouden van sponsorgelden spelen publiekscijfers een rol.

Diverse geïnterviewden noemen de wens of de noodzaak tot groei en sommigen hebben specifieke streefcijfers voor hun museum.

Hilckmann van het Veluws Museum voor Oudheden: "Tien jaar geleden lag het bezoekcijfer rond de 13.000, nu rond de 17.000. We hebben als doel gesteld, dat het in 1992 tussen de 20 en 25.000 moet zitten. Daar gaan we onze public relations op richten en we gaan het produkt verbeteren: dus de hele vaste presentatie moet er lekker en verantwoord uitzien en er moet een goed tentoonstellingsbeleid zijn."

Faber van het Museum voor Volkenkunde Rotterdam: "Het museum is drie jaar dicht geweest. Er is een enorme investering gedaan om het van een stoffig gebouw te veranderen in een helder, transparant en toch gezellig gebouw. Er zijn een theater en een restaurant bij gekomen. Door een actief tentoonstellingsbeleid en werving hadden we enigszins gehoopt om het bezoekersaantal, dat vóór de sluiting op ongeveer 50.000 lag, te verdubbelen. Het ligt nu rond de 75.000. Het is meer, maar nog niet voldoende meer."

Grenzen aan de groei worden vooral om fysieke redenen genoemd: gebouwen en zalen zijn niet berekend op grote aantallen. Ook het museum met de meeste bezoekers, het Noorder Dierenpark, streeft nog naar een beperkte verhoging. Door het bezoek in de maanden direct voor en na het hoogseizoen te stimuleren "zou je misschien tot 1,5 miljoen bezoekers per jaar kunnen komen, zonder dat de kwaliteit voor de bezoeker minder wordt. Naar meer streven we niet, want dan zou je hier alles moeten verbreden en vergroten."

4.7.1. Is de publieksgroei het gevolg van de educatieve activiteiten?

Gevraagd in hoeverre het educatieve werk (mede) de oorzaak is van de groei in de bezoekcijfers, is de reactie van de meeste geïnterviewden relativerend. Met name de publiciteit door en rondom

tentoonstellingen wordt als een veel belangrijker factor gezien. De hele museumwereld kiest voor tentoonstellingen, aldus Van der Hoek van het Rijksmuseum. "Het op orde brengen van je collectie levert geen publiciteit op, daar krijg je de koningin niet bij."

Wagenaar van het Amsterdams Historisch Museum zegt hierover: "In het verleden werden tijdelijke tentoonstellingen vooral beschouwd als aanvullingen op gaten in de vaste collectie. Nu bestaat er meer dan ooit het besef dat tijdelijke tentoonstellingen een grote publiciteitsfunctie hebben en van groot belang zijn om überhaupt belangstelling voor je museum te trekken."

Maar Wagenaar zegt eveneens: "Het puur werven voor het getal zal leiden tot een gestroomlijnder product en op termijn ten koste gaan van de kwaliteit. Dat willen we hier zeker niet. Dus niet wat je aanbiedt aanpassen aan trends, die verleiding is er, maar wel meer terechte aandacht vragen voor wat je aan bijzonders in huis hebt."

En Faber van het Museum voor Volkenkunde zegt over deze problematiek: "We staan achter ons produkt, de tentoonstellingen, en zoeken de sleutel in publiciteit. Als er over enig tijd nog niet genoeg publiek op af komt is de vraag wat de consequenties voor de tentoonstellingen zijn. Moet je die veranderen als je meer mensen wilt en willen we dan nog wel al die mensen?"

En Schopping van het Centraal Museum: "Het bezoek aan dit museum is de laatste jaren duidelijk gestegen. Deels profiteren we ervan dat het museumbezoek sowieso omhoog is gegaan en ons aanbod is kwalitatief en kwantitatief verbeterd. De bezoekers zijn rechtstreeks gerelateerd aan tentoonstellingen. Met de vaste collectie kom je niet in het nieuws, hoewel we dat op alle mogelijke manieren geprobeerd hebben. Bezoekers zijn dus nogal conjunctureel en je moet er veel aan doen om een succesjaar weer te evenaren. Musea gaan elkaar hierbij ook opjuttten, er ontstaat een soort ratrace. (...) In hoeverre het educatieve werk heeft bijgedragen aan de hogere bezoekers is moeilijk te zeggen. Het educatieve werk, zoals dat hier gebeurt, is behoorlijk geïntegreerd in de tentoonstellingen. Misschien komt men in de eerste plaats voor de getoonde werken, maar hoe ze worden gepresenteerd en begeleid en hoe het geheel is vormgegeven is van belang. Een goed gepresenteerde en begeleide tentoonstelling is voor bezoekers meer bevredigend en maken de investeringen in tijd en geld die bezoekers doen meer de moeite waard."

Educatieve begeleiding wordt door de geïnterviewden gezien als één van de factoren, die het museumbezoek voor het publiek aantrekkelijker maken. "Educatie als onderdeel van de marketingstrategie verzekert het museum van bezoekers in de toekomst" schrijft mevrouw Van den Bergh van het Arnhems Gemeentemuseum (Maandblad voor de Beeldende Vakken, 1989). In het interview voegt ze daar aan toe: "Optimaal je publiek bedienen betekent meer dan die inhoudelijke begeleiding. Het betekent ook aandacht voor de randvoorwaarden: hoe mensen binnenkomen, hoe ze worden verwezen naar tentoonstellingen, collecties en restaurant of koffiekamer. Het gaat om het totale produkt van het museum. (...) Als je je publiek wilt laten terug komen is dat hele pakket van belang."

Het directe verband tussen educatieve begeleiding en bezoekerscijfers mag dan in het algemeen gerelativeerd worden, er zijn wel specifieke voorbeelden aan te wijzen van zulke relaties. Het verdwijnen van de rondleidingen in het museum Boymans-Van Beuningen onder de voormalige directeur scheelde een aanzienlijke bezoekersgroep. Beenker van de afdeling Communicatie zegt hierover: "Het educatieve beleid onder Janse (jarenlang hoofd van de educatieve dienst) was vooral gericht op groepen en op mondelinge overdracht. Ze had een heel systeem opgebouwd met plus minus 40 freelance rondleidsters die ieder hun eigen circuits aanboorden, voornamelijk uit Rotterdam. Deze rondleidingen waren goed voor zo'n 60.000 bezoekers per jaar. Door Beeren zijn

deze rondleidingen afgeschaft. In zijn ogen ging het om een meute kwebbelende dames die niet voor de kunst kwamen, maar voor de koffie en voor elkaar."

4.7.2. Nieuwe publieksgroepen?

We hebben geconstateerd dat veel musea meer publiek willen. Meer kan betekenen: meer van hetzelfde. Dat blijkt bijvoorbeeld uit het streven naar meer herhalingsbezoek, zoals bijvoorbeeld genoemd door het Openluchtmuseum en het Gemeentemuseum Arnhem, of uit het streven naar een ander verdeling van het bezoek over het jaar. Dat laatste kan inhouden om te proberen ook buiten het hoogseizoen mensen trekken (bijvoorbeeld het Veluws Museum en het Noorder Dierenpark) of juist in de zomermaanden meer toeristen zien te trekken (bijvoorbeeld Drents Museum en Museum Boymans-Van Beuningen).

Weinig geïnterviewden zeggen expliciet te streven naar het binnenhalen van nieuwe groepen in termen van opleidingsniveau of sociaal-economische klasse.

Uit het landelijke inventarisatie onderzoek van het Kohnstamm Instituut (Daamen & Haanstra, 1980) bleek dat 30% van de musea die niet aan educatief werk deden de behoefte had nieuwe publieksgroepen binnen te halen, dat wil zeggen groepen die op dat moment niet werden bereikt. Bij musea waar wel aan educatief werk werd gedaan wenste 55% nieuwe groepen te bereiken. Genoemd werden vooral het beroepsonderwijs, werkende jongeren en het basisonderwijs.

Holman constateert dat bij musea waar men een vakwetenschappelijke publieksbenadering hanteerde weinig zendingsdrift bestond om nieuwe groepen te bereiken. Bij vertegenwoordigers van met name de sociaal-emancipatorische benadering was dat streven wel duidelijk aanwezig. Betekent het grotendeels verdwijnen van die stroming nu ook het einde van pogingen om 'museum vreemde' groepen te bereiken?

Uit de herinterviews blijkt dat die doelstelling om een geheel nieuw publiek te bereiken nu als te ambitieus wordt gezien.

Valk van het voormalige Lijnbaancentrum zegt bijvoorbeeld: "Overigens het bereiken van een totaal nieuw publiek bleek al in de beginjaren een utopie. Doel werd de mensen (n'importe wie) te boeien, te verrassen."

En Wagenaar van het Amsterdams Historisch Museum: "Door tentoonstellingen met uiteenlopende onderwerpen proberen we steeds andere en nieuwe publieksgroepen binnen te krijgen. Dat lukt ook ten dele, maar je moet realistisch zijn. De droom dat je altijd alle lagen van de bevolking zou kunnen bereiken, dat wil zeggen ook met de min of meer klassieke onderwerpen van de permanente tentoonstelling is verdwenen. In het algemeen trekken historische musea wel een gespreider publiek dan kunstmusea."

Verschillende geïnterviewden bespeuren de tendens om de oude idealen van de sociale cultuurspreiding over boord te zetten. In bijvoorbeeld het Haags Gemeentemuseum wordt de Kunstkar niet meer gebruikt voor de wijktenoonstellingen, maar vooral voor het onderwijs. Mevrouw Jonker van educatieve dienst vergelijkt de publieksbenadering onder Overduin en het huidige beleid:

"Overduin vond, dat wij er voor alle soorten publiek zijn en hij wilde alle groepen, ook de niet-kenners, in huis hebben en iets voor hen betekenen. Fuchs en Locher vinden dat het museum een plaats moet zijn waar mensen die een museale, een kunsthistorische belangstelling hebben graag komen en terugkeren.

De educatieve dienst zou naar hun mening samenwerkingsverbanden moeten zoeken met

Universiteiten en Hogescholen. Daar zitten mensen die gemotiveerd zijn en belangstelling hebben. Zorg ervoor dat het museumbezoek meer in het curriculum komt en laat hier een deel van die studie plaatsvinden. Maar onze zorg is wat we dan voor de doorsnee bezoeker gaan doen."

Van der Hoek van het Rijksmuseum: "De voorwaarden voor deelname van wat de cultureel gedepriveerden heetten, lijken te verslechteren. Het wordt weer duurder en beperkter. De gratis woensdag is al weg, 's maandags is het museum gesloten en de toegangsprijzen gaan omhoog. Als je je het permitteren kunt, neem je deel. Het lijkt alsof culturele instituten liever 10 bezoekers van fl. 100, hebben, dan 100 bezoekers van een tientje. Het Rijksmuseum krijgt straks ook 'skyboxen'. Aanzienlijke supporters krijgen faciliteiten: een rondleiding door de hoofddirecteur, een banket onder het Joodse bruidje. (...) De sociale cultuurspreiding is mislukt, zegt men. Maar we zijn er pas na de oorlog mee begonnen. Om tot een traditie te worden heeft iets veel langere nodig. Maar ja, het kost geld hè!"

Toch worden in diverse musea en tentoonstellingsdiensten nog wel pogingen gedaan om nieuwe publieksgroepen te bereiken met behulp van educatieve activiteiten. Zo is aan het Amsterdams Historisch Museum een medewerkster verbonden die speciale museumprojecten voor LBO en Mavo scholieren maakt. Ook de Tentoonstellingsdienst van de Culturele Raad Noord-Holland heeft voor het LBO een apart project ontwikkeld, omdat was gebleken dat die scholen niet naar de andere tentoonstellingen van de dienst kwamen.

En Van Golberdinge van de Commanderie Sint-Jan zegt: "Je moet als museum ook proberen een nieuw publiek te kweken en de mogelijkheid bieden om mensen met kunst in aanraking te brengen. Veel mensen hebben in hun familie of daarbuiten wel iemand gehad die ze de ogen geopend heeft. Maar vaak ook niet. Je moet het niet alleen aan de ooms en tantes overlaten en het onderwijs kan het ook niet alleen af. Je moet behulpzaam zijn en steeds weer nieuwe groepen de kans geven geïnteresseerd te raken. Onze educatieve tentoonstellingen zijn bedoeld als inleidingen voor een lekenpubliek."

Als het middel bij uitstek om nieuwe groepen te bereiken werd tien jaar geleden gezien de samenwerking van het museum met onderwijs en sociaal-culturele instellingen in zogeheten 'educatieve netwerken' (bijvoorbeeld De Jong & Reedijk, 1980). Deze netwerken waren bedoeld als een samenhangend patroon van educatieve voorzieningen voor volwassenen.

Volgens Vaessen (1986, p.125) werd zo'n samenwerking met name vanuit de educatieve diensten bepleit en behelsde dit pleidooi een zekere inperking van de traditionele autonomie van het museum. Uit de landelijke inventarisatie van 1980 bleek overigens dat regelmatige contacten met sociaal-culturele instellingen toen vrijwel niet voorkwamen.

De beoogde structurele samenwerking met deze instellingen is bij een wens gebleven. Van Wengen van het Volkenkundig Museum in Leiden:

"Er zijn geen duidelijke lokale 'educatieve netwerken' ontstaan waar musea een rol in hebben. Het merkwaardige is ook dat bepaalde termen volslagen van het toneel zijn verdwenen. Twaalf jaar geleden nam ik dagelijks het begrip 'éducation permanente' in de mond. Tegenwoordig hoor je het geen sterveling meer zeggen. Voor dat begrip educatieve netwerken geldt een beetje hetzelfde. Misschien heeft er mee te maken dat het educatieve élan van de jaren zeventig wat is verdwenen. Er wordt wel samengewerkt, maar dan voor bepaalde evenementen en niet structureel." Samenwerking op educatief gebied vindt ook blijkens de andere herinterviews wel plaats maar alleen als het past binnen eigen museale activiteiten. Het gaat dan vooral om contacten met collega-musea en met onderwijsinstellingen.

De autonomie van het museum staat bij de educatieve medewerkers niet meer ter discussie.

4.8. Conclusies

Uit de herinterviews met educatieve medewerkers blijkt dat van de drie hoofdstromingen die tien jaar geleden werden onderscheiden de 'sociaal-emancipatorische' benadering grotendeels is verdwenen. In deze benadering vormden de objecten een middelfunctie en werden maatschappelijke en bewustmakende doelstellingen nagestreefd. De 'thematische' benadering, waarbij de collectie een middelfunctie vervult om thema's uit het verzamelgebied over te brengen en de meer traditionele 'vakspecialistische' benadering, die door middel van informatie de objecten wil toelichten hebben zich gehandhaafd.

De meeste geïnterviewden geven te kennen dat de invloed van educatieve medewerkers op de presentatie is toegenomen en dat meer in het algemeen de publieksbegeleidende activiteiten in musea gemeengoed zijn geworden. Een minderheid vindt de positie van het educatieve werk verzwakt. Uitgaande van de driedeling in publieksgerichte taken in (a) passieve presentatie / kijkbegeleiding, (b) actieve begeleiding van (groeps-)bezoekers en (c) publiekswerving, kan gesteld worden dat (a) en (c) belangrijker zijn geworden, ten koste van (b):

- a. Veel meer dan tien jaar geleden wordt aandacht besteed aan de begeleiding van de individuele bezoekers. Opvattingen over de verschillende media en methodes hierbij (mate van en moeilijkheidsgraad van beteksting, gebruik van computers, van 'hands-on-principes' en dergelijke) blijven uiteenlopen. Degenen die vanuit een thematische benadering werken schrikken meestal niet terug voor veel 'toeters en bellen'. Vanuit de vakwetenschappelijke benadering is men terughoudender. Dat geldt met name bij de begeleiding van moderne kunst.
- b. De rondleiding is nog steeds veel gevraagd, maar wordt nu veelal uitbesteed aan een groep op afroep beschikbare freelancers of vrijwilligers. De meeste musea zijn bij de onderwijsactiviteiten het zwaartepunt gaan leggen bij schriftelijk informatiemateriaal. De docent moet nu vaker zelf de begeleiding doen. Aanzienlijk verminderd zijn de speciale educatieve thematentoonstellingen op het gebied van de kunst. Creatieve activiteiten nemen een minder prominente plaats in dan in de jaren '70, maar extra activiteiten die een wervend karakter hebben zijn toegenomen.
- c. Door de musea wordt veel meer aan public relations en werving gedaan dan 10 jaar geleden. In een aantal musea is een duidelijk samengaan van werving en begeleiding in één afdeling, maar veel educatieve medewerkers zien het als verschillende taken. Het is niet zo dat werving de publieksbegeleiding heeft verdrongen. Alle ondervraagden beaamen dat er een verzakelijking is opgetreden in de musea en dat het er veel commerciëler toegaat. Sponsoring is vaak nodig om een meer dan minimale presentatie te realiseren. Het verwerven van sponsorgelden is echter vaker een zaak van de directie dan een nieuwe taak voor educatieve medewerkers.

De toename van het museumpubliek wordt niet aan de publieksbegeleiding in engere zin toegeschreven. Publiciteit door en rond tentoonstellingen wordt veel belangrijker geacht. Wel gaat men er vanuit, dat een goed begeleide tentoonstelling voor bezoekers bevredigender is. Daarnaast gaat het om het aantrekkelijker maken van het hele 'produkt' museum, inclusief het restaurant en de museumwinkel.

Bezoeksantallen zijn belangrijker geworden en veel musea stellen zich een verdere verhoging van die aantallen ten doel. Daarbij wordt vooral gestreefd naar meer herhalingsbezoek en het

bewerken van de toeristenmarkt. Veel minder dan in de jaren '70 wordt getracht nieuwe groepen in termen van opleidingsniveau of sociaal-economische klasse het museum binnen te halen. Een mogelijk middel daartoe, namelijk structurele vormen van samenwerking tussen musea en sociaal-culturele instellingen in zogeheten 'educatieve netwerken', is nooit gerealiseerd.

Hoofdstuk 5:

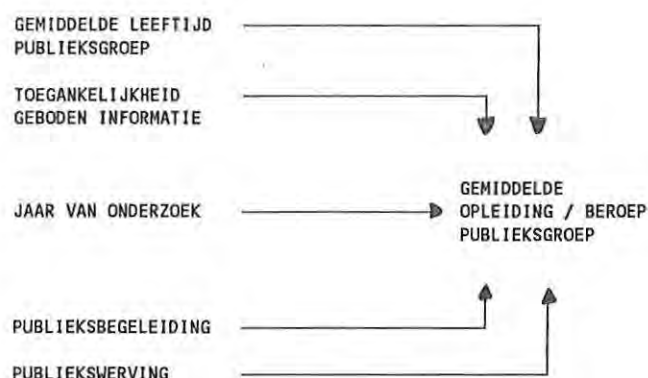
PUBLIEKSONDERZOEK: SOCIALE PROFIELEN VAN MUSEUMPUBLIEKSGROEPEN

Nadat in de hoofdstukken 2 en 3 van dit rapport, respectievelijk met behulp van CBS statistieken en de resultaten van steekproefonderzoek onder de bevolking, naar het publiek van de Nederlandse musea is gekeken, en in hoofdstuk 4 de opvattingen en activiteiten van educatieve medewerkers nader in kaart zijn gebracht, staan in dit hoofdstuk gegevens centraal die zijn verzameld via 'publieksonderzoek'. Onder publieksonderzoek verstaan we die vormen van onderzoek waarbij in het bijzonder de bezoekers van een bepaald museum of bepaalde tentoonstelling ondervraagd of geobserveerd zijn, zulks doorgaans met achterwegelating van een onderzoek onder een vergelijkbare doorsnee van de bevolking. Dit type onderzoek heeft in het verleden veelvuldig plaatsgevonden. Sommige verslagen zijn als boek of rapport gepubliceerd, maar vele hebben slechts in kleine kring of in het geheel geen verspreiding gevonden. Via verschillende procedures hebben we in totaal over 182 publieksgroepen verslagen bijeengebracht. Hiervan bleken er in totaal 142 bruikbaar voor vergelijkende heranalyse. 'Bruikbaar' betekent in dit verband dat erin een kwantificeerbare indicatie over opleidings- of beroepsverdeling te vinden was. Uit deze verslagen zijn de belangrijkste kenmerken van het aangetroffen publiek via reconstructie met elkaar vergelijkbaar gemaakt. Dit betreft in het bijzonder: de leeftijd, de opleiding en het beroep van de betreffende publieksgroep.

De aldus in kaart gebrachte gegevens worden in dit hoofdstuk aan een statistische vergelijking onderworpen, waarbij in het bijzonder de (gemiddelde) opleidingsverdeling van de publieksgroepen het voorwerp van analyse zal zijn. De leeftijdsverdeling van het publiek wordt daarbij alleen als controlevariabele gebruikt; omdat jongeren gemiddeld hoger opgeleid zijn dan ouderen en sommige musea nu eenmaal meer jongeren trekken dan andere, willen we graag opleidingsniveaus bekijken, gecorrigeerd voor de leeftijdsverdeling. Daarnaast zullen we kort aandacht besteden aan de spaarzame gegevens over het beroepsniveau die in de publieksonderzoeken zijn aangetroffen. Getracht zal worden de volgende vragen te beantwoorden:

- a. In welke mate verschillen musea en tentoonstellingen naar het opleidingspeil van hun publiek en in welke mate zijn deze verschillen terug te voeren op kenmerken als:
 - aard van de opgestelde voorwerpen;
 - aard van het publieksbenadering in termen van werving (public relations) en begeleiding (educatie)?
- b. In welke mate is er sprake van een selectievere of meer gespreide sociale samenstelling van museumpublieksgroepen in historische vergelijking?

De opzet van deze analyse laat zich als volgt weergeven:



5.1. Verzameling van de gegevens

Bij aanvang van het onderzoek is getracht een zo compleet mogelijk overzicht te verkrijgen van het bestaande publieksonderzoek. Een beginpunt werd gevonden in de collecties van onderzoeksverslagen in de bibliotheken van de Boekmanstichting (Amsterdam) en de Reinwardt Academie (Leiden). Deze eerste inventarisatie leverde circa 50 bruikbare verslagen op. Een volgende stap was meer materiaal te verwerven via een korte schriftelijke enquête onder alle Nederlandse musea. Hiertoe werd met hulp van de Nederlandse Museumvereniging en ICOM-CECA een korte circulaire verstuurd aan museumdirecties met de vraag of er ooit publieksonderzoek in het betreffende museum was verricht en met het verzoek het betreffende rapport of verslag voor secundaire analyse toegankelijk te maken. Dit leverde nog eens verslagen op over meer dan 100 publieksgroepen. Tenslotte wordt gebruik gemaakt van materiaal dat door het marketingbureau Intomart Qualitatief in 1988 is verzameld gedurende de manifestatie 'Nederland Museumland'. Hierbij werd een steekproef van het publiek van 14 grotere Nederlandse musea ondervraagd.[1] Alles bijeen genomen beschikken we over gegevens uit 182 afzonderlijke museumpublieksgroepen, die samen betrekking hebben op 81 musea of tentoonstellingen. Niet alle daarvan zijn geschikt voor vergelijkende heranalyse. Omdat de opleidingsverdeling centraal staat in onze analyse, hebben we de aanwezigheid daarvan in eerste instantie als selectie criterium gebruikt. Er blijven dan gegevens over 137 afzonderlijke publieksgroepen over, verdeeld over 63 musea. Van deze publieksgroepen weten we van 17 ook het beroepsniveau. Toegevoegd zijn nog 5 publieksgroepen waarover wel een beroepsverdeling bekend is, maar niet een opleidingsverdeling, zodat we in totaal op 142 voor heranalyse geschikte gegevens komen. Bijlage 5.1 geeft van alle in de analyse gebruikte publieksgegevens een nummer voor het betrokken museum (kolom a), het jaartal van onderzoek (kolom b), en de naam van het betrokken museum met een aanduiding van het onderzoek (kolom k) (op de overige kolommen van Bijlage 5.1 wordt hieronder nog nader ingegaan). De exacte bron van de gegevens kan worden teruggevonden in Bijlage 5.2 en Bijlage 5.3. De musea zijn geordend per provincie en de nummering is ontleend aan het boekje 'Nederland Museumland 1989' (MJK, 1988).

[1] Deze gegevens werden reeds vóór publicatie van het rapport van Intomart Qualitatief (IQ, 1989) voor heranalyse ter beschikking gesteld. Onze dank hiervoor gaat in het bijzonder uit naar de heer P. van Montfort, Intomart Qualitatief heeft ook nog eens in 70 kleinere musea een schriftelijk te beantwoorden vragenlijst uitgereikt, maar hiervan hebben we helaas geen gebruik kunnen maken, omdat het om te kleine groepen ondervraagden ging.

Tabel 5.1: Overzicht van enige kenmerken van bruikbare onderzoeksverslagen (N=142)

JAAR	1950-59	1%
	60-69	4%
	70-79	25%
	80-89	70%
PLAATS/REGIO	Amsterdam	23%
	Leiden	13%
	Rotterdam	13%
	Overig Westen	14%
	Oosten	15%
	Noorden	9%
	Zuiden	4%
STEEKPROEF	minimum	31
	mediaan	208
	maximum	9034

Tabel 5.1 geeft een overzicht van de kenmerken van de publieksgroepen waarop de overgebleven onderzoeksverslagen[2] betrekking hebben. Wat betreft jaar van onderzoek valt te constateren dat het merendeel van de verslagen betrekking heeft op museumbezoek van recente datum (na 1980). Dit is gunstig omdat het bij recente gegevens beter mogelijk is na te gaan hoe het museum zijn publiek benaderde ten tijde van het onderzoek. Wat betreft locatie is er een duidelijke concentratie op de drie grote steden en Leiden. De oorzaak hiervan is niet zozeer dat er hier meer musea zijn, maar meer dat hier veel potentiële museumonderzoekers woonachtig zijn. De grote vertegenwoordiging van Leiden is te danken aan de activiteiten die studenten van de aldaar gevestigde Reinwardt Academie ontplooiën. De steekproefgrootte loopt sterk uiteen tussen de onderzoeken. Van dit gegeven wordt in de analyse verder geen gebruik gemaakt: elke publieksgroep wordt als een waarneming beschouwd.

5.2. Reconstructie van de bijeengebrachte publieksgegevens in vergelijkbare vorm

Voor de heranalyse is het vereist dat de in deze onderzoeksverslagen aangetroffen gegevens in een zoveel mogelijk vergelijkbare vorm worden gereconstrueerd. Onze interesse ging hierbij met name uit naar:

- opleidingsverdeling,
- leeftijdsverdeling,
- beroepsverdeling,
- hoofdbezigheden (werkend, student, werkloos e.d.),
- regio en nationaliteit.

De reconstructie van deze verdelingen is een complexe taak, aangezien de betreffende publieks-onderzoeken allerm minst vanuit vergelijkend oogpunt zijn opgezet. Dit betekent dat men erin een veelheid van categorisering (en onduidelijkheden daarin) aantreft. De gevolgde procedures zijn:

[2] De eenheid van analyse in het navolgende is steeds de onderzochte publieksgroep. Doordat in sommige musea vaker dan een keer onderzoek is gedaan, en doordat sommige onderzoeksverslagen rapporteren over meer dan een publieksgroep (in verschillende musea), berusten onze gegevens op minder dan 142 onderzoeksverslagen of musea. Echter, ook indien in de tekst wordt gesproken over kenmerken van onderzoeksverslagen of van musea, zijn de publieksgroepen als eenheid van analyse gebruikt.

Leeftijd: Het reconstrueren van de leeftijdsverdeling van de publieksgroepen was relatief de eenvoudigste taak. Daarom is deze reconstructie ook het meest geschikt om een toelichting te geven bij de moeilijkheden die bij deze procedures optreden. In vrijwel elk onderzoek (namelijk in 130 van de 142 bruikbare verslagen) vindt men wel de een of andere aanduiding van de leeftijdsverdeling van het publiek. De verdeling is vaak gecategoriseerd naar klassen van 10 jaar breed o.i.d. Zulke categorisering en lopen natuurlijk tussen onderzoeksverslagen sterk uiteen. De ene onderzoeker gebruikt leeftijdsklassen van een vaste breedte, de andere gebruikt wisselende breedten; de een onderscheidt vijf categorieën, de andere slechts drie, etc. De manier om ze op één noemer te brengen is een gemiddelde leeftijd te berekenen. Hierbij wordt elke aangetroffen categorie gekarakteriseerd door het klassemidden: bijvoorbeeld iedereen in de categorie 20-29 jaar wordt geacht 25 jaar oud te zijn. De enige moeilijkheid die zich bij deze berekening voordoet, is het voorkomen van open categorieën ('onder 18 jaar', '65 jaar en ouder'), omdat daarin geen klassemidden kan worden bepaald. Als karakteristieke waarde voor deze groepen is respectievelijk 16 jaar en 70 jaar gebruikt. De resulterende verdeling van leeftijd laat zien dat de ondervraagden mediaan[3] 39 jaar oud zijn (dit is niet ver onder het gemiddelde van de Nederlandse bevolking van 15 jaar en ouder, dit is ongeveer 42 jaar). Tussen de publieksgroepen loopt dit uiteen van 26 jaar tot 53 jaar.

Opleiding: Ook aanduidingen van de opleidingsverdeling komen in relatief veel verslagen voor (namelijk in 137 van de 182 in totaal opgespoorde verslagen). In vergelijking met de leeftijd is een complicerende factor dat niet alleen verschillende onderwijscategorisering zijn gebruikt (sommige onderzoeksverslagen onderscheiden 10 categorieën, andere maar 2 of 3), maar ook dat er een groot aantal verschillende onderwijsclassificaties in omloop zijn. Deels komt hierbij een gebrek aan standaardisering van het onderzoek tot uiting, deels heeft dit ook te maken met veranderingen van het Nederlandse onderwijsstelsel. In 1965 had het geen zin om te vragen naar MAVO, in 1988 komen niet veel onderzoekers nog op het idee om VGLO aan hun antwoordcategorieën toe te voegen. Om de verschillende categorieën op een noemer te brengen, hebben we gebruik gemaakt van de volgende standaardschaling:

- 1 - LO, BLO, VGLO
- 2 - LBO, LEAO, huishoudschool, etc.
- 3 - MAVO, (M)ULO
- 4 - MBO, MTS
- 5 - HAVO, VWO, HBS, Atheneum, Gymnasium, etc.
- 6 - HBO, kweekschool, etc.
- 7 - WO

Vervolgens is zo goed als mogelijk getracht om de in de verslagen aangetroffen aanduidingen met deze categorieën te vergelijken en een waarde tussen 1 en 7 toe te kennen. Aanduidingen als 'tertiair onderwijs' kregen daarbij bijvoorbeeld 6.5 toegekend. Vervolgens laat zich weer gemakkelijk een gemiddelde opleidingsverdeling berekenen. Deze loopt uiteen tussen 3.23 (Museummolen Schermerhorn, 1975) en 6.02 (Centraal Museum Utrecht, 1984). De mediane

[3] Als 'maat voor centrale tendentie' zullen we in het navolgende vaak de mediaan in plaats van het (rekenkundig) gemiddelde gebruiken. De mediaan is de waarde waar 50% van verdeling onder en 50% boven zit. De mediaan zit meestal in de buurt van het gemiddelde, behalve in verdelingen waarin grote uitschieters zitten. Behalve dat grote uitschieters geen gevolgen hebben voor de mediane waarde, heeft de mediaan vaak een wat mooiere interpretatie dan het gemiddelde: boven de mediaan betekent dat men 'voorbij het midden is' of tot 'de beste helft behoort'.

Tabel 5.2: Ontwikkeling van opleidingsniveau en beroepsprestigeniveau van de Nederlandse bevolking

BRON	JAAR	OPLEIDING	BEROEP
Leesonderzoek	1961	1.46	
Tijdsbesteding	1962	2.34	42
Vrijetijdsbesteding	1965	2.11	40
Vrijetijdsbesteding	1968	2.10	40
Leefsituatie	1974	2.77	
Tijdsbesteding	1975	2.61	
Leefsituatie	1977	2.88	43
Participatie	1978	2.41	
Voorzieningenonderzoek	1970	2.89	
Tijdsbesteding	1980	2.83	
Leefsituatie	1980	3.12	
Leefsituatie	1983	3.14	44
OPLEIDING = $-1.646 + 0.05717 * \text{JAAR}$			
BEROEP = $30.7 + 0.15 * \text{JAAR}$			

Bron: H. Ganzeboom, Cultuurdeelname in Nederland, Tabel 7.1

waarde is 4.60. Het is een lastig om dit cijfer met de Nederlandse bevolking te vergelijken, omdat de verdeling van de bevolking sterk omhoog geschoven is in de periode waarop de onderzoeken betrekking hebben. Om tot een realistische waarde te komen, moeten we hiervoor een correctie aanbrengen. Daarvoor maken we gebruik van de gegevens uit Tabel 5.2, die zijn ontleend aan eerder onderzoek (Ganzeboom, 1989). Daaruit blijkt dat, gemeten over een periode van meer dan 20 jaar (1961-1983) het opleidingsniveau van de Nederlandse bevolking jaarlijks gemiddeld met 0.05717 (op de schaal van 1 tot 7) is toegenomen; in de periode 1967-1988, waarop onze publieksonderzoeken betrekking hebben, is dit 1.2 punten. Met behulp van dit trendmodel kunnen we de gevonden opleidingscijfers corrigeren. We tillen ze als het ware tot het opleidingsniveau, zoals het in 1988 zou zijn aangetroffen, via de vergelijking:

$$\text{OPLEIDING 1988} = \text{OPLEIDING} + (88 - \text{JAAR}) * 0.05717$$

Deze gecorrigeerde opleidingscijfers zijn per publieksgroep weergegeven in Bijlage 5.1, kolom (d); Tabel 5.3 geeft enige kerncijfers. Nu blijkt dat de ranglijst met 6.06 wordt aangevoerd door het Stedelijk Museum (1978) en dat het laagste opleidingsniveau (3.50) is aangetroffen in het Maritiem Museum (1988). Als bijzonderheid kan nog worden aangetekend dat geen van de aangetroffen publieksgroepen een opleidingspeil heeft dat onder het gemiddelde opleidingspeil (3.38) van de Nederlandse bevolking zit.

Beroep: Het beroep is een gegeven dat maar over een zeer beperkt aantal publieksgroepen (namelijk in 22 van de 182 in totaal verzamelde verslagen) is aangetroffen. Het aantal aanduidingen en categorisering heeft daarentegen een nog grotere variatie dan bij de opleiding. Om deze aanduidingen op een noemer te brengen, hebben we ze alle vergeleken met een recente beroepsprestigeladder (Ultee & Sixma, 1983), die is gebaseerd op de beoordeling van beroepen door een steekproef uit de Nederlandse bevolking. Ook hier geldt dat, als we een vergelijking willen maken tussen publieksgroepen die in verschillende jaren zijn aangetroffen, we rekening moeten houden met het veranderende beroepsprestigeniveau van de bevolking. Tabel 5.2. geeft ook hierover uitsluit. Het landelijk beroepsprestigeniveau devalueert minder snel dan het

Tabel 5.3: Belangrijkste achtergrondkenmerken van publieksgroepen Nederlandse musea (N=142)

	n	minimum	mediaan	maximum
LEEFTIJD	130	26	39	49
OPLEIDING	137	3.2	4.6	6.0
OPLEIDING 1988	137	3.5	5.1	6.4
BEROESPRESTIGE	22	45	58	68
BEROESPRESTIGE 1988	22	47	60	72
HERKOMST BINNEN NEDERLAND (km)	105	2	54	170
% BUITENLANDERS	104	0%	5%	44%
% VROUWEN	108	10%	47%	87%
% STUDENTEN	52	1%	18%	58%
% WERKENDE	47	17%	50%	90%
% GEPENSIONEERDEN	16	0%	5%	25%
% HUISVROUWEN	44	2%	14%	80%

OPLEIDING 1988 en BEROESPRESTIGE 1988 gecorrigeerd voor stijging opleidings- en beroepsprestigeniveau van de Nederlandse bevolking (zie Tabel 5.3 en tekst).

opleidingsniveau, namelijk met 0.15 punt per jaar, op een schaal die van 1 tot 100 loopt. Een voor tijdseffecten gecorrigeerde waarde construeren we als:

$$\text{BEROEP 1988} = \text{BEROEP} + (88 - \text{JAAR}) * 0.15$$

De waarden van de gecorrigeerde beroepsscore zijn aangegeven in Bijlage 5.1, kolom (e); kerncijfers staan vermeld in Tabel 5.3. Ook hier weer een mediaan (58) berekend. De hoogste waarde (70, dat komt overeen met academische beroepen als 'predikant' en 'architekt') werd aangetroffen bij het Haags Gemeentemuseum in 1954, de laagste waarde (47; dat komt overeen met beroepen als 'winkelier' en 'kassier') bij de Museummolen te Schermerhorn in 1975. Evenals bij opleiding ligt niet alleen de mediane waarde, maar ook de minimumwaarde boven het gemiddelde van de Nederlandse bevolking: dit is namelijk 42.

Hoofdbezigheid: Omtrent hoofdbezigheid van de museumbezoekers werden in een aantal verslagen relevante categoriseringën aangetroffen. Voor heranalyse geschikt bleken: student/scholar, huisvrouw, werkend, gepensioneerd. Voor elk publieksgroep is overgenomen hoe groot het percentage bezoekers in elk van deze vier categorieën is. Tabel 5.3. geeft de betreffende percentages.

Regio / geografische herkomst: de geografische herkomst is uiteengelegd in twee stukken: het percentage buitenlanders en de herkomst van de Nederlandse bezoekers. Dit laatste kenmerk is uitgedrukt in de aantal kilometers tussen de woonplaats en de plaats waarin het betreffende museum is gevestigd. Provincies zijn daarbij gekarakteriseerd naar hun geografische middelpunt. Ook hierover staan kerncijfers in Tabel 5.3.

De gegevens over hoofdbezigheid en regio / geografische herkomst worden hier alleen maar voor vergelijking met toekomstig onderzoek vermeld; we zullen deze in het volgende niet analyseren.

5.3. Publieksbenaderingswijzen

Een van de doelen van de navolgende analyses is een verklaring te bieden voor de mate waarin onder museumpublieksgroepen hogere statusgroepen, in het bijzonder groepen met een hogere opleiding, oververtegenwoordigd zijn. Er is in beginsel meer dan een oorzaak denkbaar waarom hoger opgeleiden en andere groepen met een hoge maatschappelijke status zo sterk oververtegenwoordigd zijn onder museumpublieksgroepen -- zoals onder de meeste culturele publieksgroepen -- en bijgevolg kunnen verschillen tussen musea wat dit betreft vanuit verschillende overwegingen verklaard worden. In het onderzoek zijn we er vanuit gegaan dat de selectie van publiek op tenminste drie niveaus kan plaatsvinden:

- via de toegankelijkheid van de opgestelde voorwerpen,
- via de publiekswerving (buiten het museum),
- via de publieksbegeleiding (binnen het museum).

Toegankelijkheid van de opstelling

De belangrijkste variaties worden daarbij waarschijnlijk teweeggebracht door de opgestelde objecten zelf. Sommige culturele voorwerpen zijn nu eenmaal meer toegankelijk voor de gemiddelde Nederlander om plezier aan te beleven dan andere. Dat kan enerzijds liggen aan het genre tentoongestelde voorwerpen. Zo is het aannemelijk dat een volkskundige opstelling voor meer mensen toegankelijk is dan een opstelling van moderne beeldende kunst. Het verschil ligt in de informatiedrempels die deze objecten met zich meevoeren (Ganzeboom, 1984). Terwijl een volkskundige opstelling (bijvoorbeeld over oude ambachten) een beroep doet op ervaringen en voorstellingen die bij vrijwel ieder aanwezig zijn, heeft men voor het verstaan en genieten van moderne beeldende kunst kennis nodig die men alleen door eerdere training en ervaringen op dit gebied kan verwerven. Daarnaast kan er sprake zijn van statusdrempels die met de opgestelde objecten verbonden zijn. Sommige objecten leiden gemakkelijker tot identificatie dan andere en de gedachte doet wel opgeld dat dit verbonden is met de verwijzing naar alledaagse ervaringen die sommige objecten met zich meebrengen. Musea of tentoonstellingen over massacultuur (meubilair, mode), over alledaagse ervaringen en objecten die men daarin tegenkomt (arbeid) of is tegengekomen (speelgoed, volkskundige objecten) zouden op dit punt contrasteren met musea en tentoonstellingen met kunstvoorwerpen.

Publiekswerving en publieksbegeleiding

Musea verschillen echter niet alleen in de voorwerpen die ze te bieden hebben, maar ook in de manier waarop ze zichzelf en hun opstelling presenteren. Juist omdat hier de effecten van het gevoerde beleid liggen, is het van belang te onderzoeken in welke mate de verschillen tussen musea in dit opzicht consequenties hebben voor de omvang en sociale samenstelling van de betrokken publieksgroep. We onderscheiden daarbij twee aspecten van de publieksbenadering. Ten eerste hebben we te maken met de mate waarin het museum ernaar streeft een zo groot mogelijk publiek te bereiken, de publiekswerving. De musea kunnen daartoe een grote reeks van middelen te baat nemen, variërend van advertenties, mailing en folders tot het organiseren van secundaire activiteiten (lezingen, concerten) en een actief tentoonstellingsbeleid. Deze activiteiten zijn in eerste instantie gericht op het vergroten van de omvang van de publieksgroep. Omdat lager

Figuur 5.4: Voorbeelden van de kaartjes met museumomschrijvingen die zijn gebruikt in de beoordelingsprocedure

NH040 RIJKSMUSEUM VINCENT VAN GOGH - AMSTERDAM (1975)

Het museum is gewijd aan de belangrijkste Nederlandse 19^e eeuwse schilder, Vincent van Gogh. Het geeft een chronologische en thematische presentatie van diens Nederlandse en Franse periode. Voorts zijn door van Gogh verzamelde werken van tijdgenoten (o.m. Gauguin, Berbard, Toulouse-Lautrec) te zien.

NH008A "AMSTERDAM DIE KLEINE STAD" AMSTERDAMS HISTORISCH MUSEUM - AMSTERDAM (1972)

De tentoonstelling "Amsterdam die kleine stad" bood een overzicht van de eerste drie eeuwen van het bestaan van Amsterdam (1275-1578). Er was een zalenindeling in structuren (b.v. handel, gilde en kerk) en concrete situaties (b.v. Warmoesstraat). De tentoonstelling bevatte een collectie prenten, porselein, aardewerk, glas, en archeologische voorwerpen.

Het Historisch Museum geeft een beeld van de geschiedenis van de stad Amsterdam. Het herbergt een uitgebreide collectie schilderijen, tekeningen, prenten, porselein, aardewerk, glas, archeologische en andere voorwerpen.

NH008B "AMSTERDAM DIE GROTE STAD" AMSTERDAMS HISTORISCH MUSEUM - AMSTERDAM (1973)

De tentoonstelling "Amsterdam die grote stad" bood een overzicht van het dagelijks leven van Amsterdam in de 17^e en 18^e eeuw. In verschillende zalen werden de thema's handel, bestuur, kerk, sociale leven, cultuur en topografie behandeld. De tentoonstelling bevatte een collectie prenten, porselein, aardewerk, glas, en archeologische voorwerpen.

Het Historisch Museum geeft een beeld van de geschiedenis van de stad Amsterdam. Het herbergt een uitgebreide collectie schilderijen, tekeningen, prenten, porselein, aardewerk, glas, archeologische en andere voorwerpen.

NH008C "AMSTERDAM ONDER STOOM" AMSTERDAMS HISTORISCH MUSEUM - AMSTERDAM (1974)

De tentoonstelling "Amsterdam onder stoom" gaf een overzicht van het dagelijks leven in de stad Amsterdam in de periode 1795 tot 1918. In verschillende zalen werden de thema's handel, bestuur, kerk, sociale leven, cultuur en topografie behandeld. De tentoonstelling bevatte een collectie prenten, porselein, aardewerk, glas, en archeologische voorwerpen.

Het Historisch Museum geeft een beeld van de geschiedenis van de stad Amsterdam. Het herbergt een uitgebreide collectie schilderijen, tekeningen, prenten, porselein, aardewerk, glas, archeologische en andere voorwerpen.

opgeleiden ondervertegenwoordigd zijn in het museumpubliek, zou men kunnen veronderstellen dat dit mogelijk ook een verbreding van het sociale profiel van het publiek tot gevolg heeft. Noodzakelijk is dit niet: het is denkbaar dat men door intensieve werving steeds meer van hetzelfde publiek trekt.

Het tweede aspect van presentatie is de mate waarin de opstelling is ontsloten voor de bezoekers die eenmaal de weg naar het museum gevonden hebben, de publieksbegeleiding. Hiervoor is onder meer van belang in welke mate en in welke vorm (chronologisch, thematisch) de opstelling geordend is en hoeveel en welke voorlichting er aan de bezoekers wordt gegeven. Publieksbegeleiding is er in het bijzonder op gericht om andere groepen bezoekers dan de traditionele cultuurkenners de deur van het museum te laten overschrijden. In sommige gevallen is men zover gegaan het opgestelde op zeer directe en onconventionele wijze onder de aandacht van de bevolking te brengen. In ons materiaal bevindt zich een aantal gevallen van zulke 'educatieve experimenten' (Kijkkist, Kunstkar, Lijnbaancentrum). Deze educatieve activiteiten zijn er specifiek op gericht om informatie- en statusdrempels van het museum op zeer directe wijze te verlagen en op die manier direct een verbreding van de publieksprofiel tot stand te brengen. Zoals in Hoofdstuk 4 is gebleken, heeft de publieksbenadering in veel musea inmiddels het stadium van volwassenheid bereikt. Vrijwel alle grotere musea hebben tegenwoordig specialisten in dienst voor publieksbenadering. De twee hoofdfuncties (publiekswerving / public relations; publieksbegeleiding / educatief werk) worden in sommige musea door dezelfde personen uitgevoerd en in andere musea in afzonderlijke afdelingen. Er bestaat een zeker contrast tussen de twee en men kan veronderstellen dat musea uiteenvallen langs een continuüm waarin de ene pool alle pogingen in het werk stelt om zoveel mogelijk mensen binnen te krijgen, terwijl andere zich erop richten het museum toegankelijker te maken voor hen die traditioneel het museum niet bezoeken. Dit contrast zal mede leidraad voor de navolgende analyse zijn.

5.3.1. Dataverzameling: inventarisatie en beoordelingen

Om nu te kunnen onderzoeken in hoeverre publiekskenmerken inderdaad onder invloed staan van de aard van de opgestelde voorwerpen en de gekozen publieksbenaderingswijzen, is het noodzakelijk een en ander nader in kaart te brengen en aldus meetbaar te maken. We hebben hiertoe twee wegen bewandeld:

- Inventarisatie van museumkenmerken via ondervraging van museummedewerkers.
- Globale beoordeling van publiekswerving en publieksbegeleiding volgens deskundigen.

Inventarisatie museumkenmerken via ondervraging museummedewerkers

In eerste instantie hebben we ons erop gericht via inventarisatie vast te stellen hoe de betreffende musea en tentoonstellingsruimten er uitzagen ten tijde van het publieksonderzoek. Wat was er precies te zien en hoe werd dit aan het publiek gepresenteerd? Dergelijke gegevens kan men niet aan de verslagen van het publieksonderzoek zelf ontlelen. Meestal verstrekken deze maar heel summiere informatie over het museum waarin het onderzoek gehouden is. Daarom hebben we bij alle betrokken musea zelf trachten te achterhalen welke middelen zij te baat nemen, of liever: welke middelen zij te baat namen ten tijde van het publieksonderzoek. Daartoe is een vragenlijst voorgelegd aan elk van de musea waarbij erop gelet is dat de vragen beantwoord werden naar de situatie op het tijdstip van het onderzoek. Wanneer in een museum meerdere publieksonderzoeken gehouden waren, werd de situatie in elk van de betrokken jaren geïnventariseerd. Helaas konden niet alle musea in dit deel van het onderzoek betrokken worden: twee musea vielen af omdat het

onderzoek te lang geleden gehouden was om nu nog adequaat de vroegere situatie in herinnering te kunnen roepen; nog eens vier musea vielen af omdat er geen geschikte contactpersoon kon worden gevonden of omdat zij medewerking aan het onderzoek weigerden. In totaal hebben we de situatie voor 133 van de 142 publieksgroepen kunnen inventariseren. De vraaggesprekken werden (deels telefonisch) gevoerd door twee afgestudeerden[4] van de Reinwardt Academie. Na afloop van de interviewronde werd een deel van de musea (namelijk dat deel waarin het publieksonderzoek recent gehouden was en de publieksbenadering naar zeggen van de betrokken museummedewerker geen grote wijzigingen had ondergaan) door de twee Reinwardt-afgestudeerden ook nog eens persoonlijk bezocht om te controleren of de gegeven antwoorden overeenstemden met de aangetroffen situatie. De helft van de geselecteerde musea bezochten ze allebei, maar onafhankelijk van elkaar, zodat hun oordeel ook nog eens onderling vergeleken kon worden.

Deze controleprocedure via het bezoeken van de musea heeft maar een beperkte betekenis gehad voor het vaststellen van museumkenmerken. Veel kenmerken (bijvoorbeeld publiekswerving via de media) kunnen nu eenmaal niet bij een bezoek worden waargenomen. De Reinwardt-afgestudeerden concentreerden zich op direct voor het publiek waarneembare zaken, zoals bewegwijzering, oriëntatiemogelijkheden en aard van de opgestelde voorwerpen. De vergelijking van deze inventarisatie met de opgave door de museummedewerkers gaf echter geen aanleiding tot wijziging. Om te beginnen waren de verschillen niet erg groot en er was, ingeval van dubbele beoordeling, net zoveel onderling verschil van mening als verschil van mening met de museummedewerkers. Omdat voorts de beoordeling van de Reinwardt-afgestudeerden ook maar in een beperkt aantal kenmerken relevant was en sommige publieksonderzoeken al langer terug lagen in de tijd en het museum in opstelling en presentatie wellicht sterk gewijzigd was, werd tenslotte in alle gevallen vastgehouden aan de mededelingen van de ondervraagde museummedewerkers. Wel leverden de bezoeken door de Reinwardt-afgestudeerden de zekerheid dat de telefonische ondervraging in het algemeen in een realistisch beeld van de betreffende musea heeft geresulteerd.

Beoordeling door deskundigen

Het is natuurlijk nog maar de vraag of men via een inventarisatie met een vragenlijst inderdaad op een correcte schaling van musea naar publieksbenadering terecht komt. Niet alleen is beantwoording van de vragen wellicht teveel afhankelijk van de kennis en luimen van de toevallig ondervraagde museummedewerker, veel beangstigender is het perspectief dat de totale publieksaanpak van musea zich niet goed laat vangen in zelfs een uitgebreide vragenlijst. Kleine dingen spelen hierbij misschien een grote rol en het is goed mogelijk dat ondanks de grote hoeveelheid geïnventariseerde kenmerken het totale beeld niet scherp genoeg wordt. Juist ook omdat er op dit punt geen standaard meetinstrumenten voorhanden waren en ervaring -- ook elders -- ontbrak, is de inventarisatie van de museumkenmerken aangevuld met een beoordeling, waarbij aan deskundigen gevraagd werd de betreffende musea globaal en vergelijkenderwijs te schalen naar publieksbenadering. We hebben daarvoor een beroep gedaan op twee groepen beoordelaars, afhankelijk van het behandelde onderwerp. Een beoordeling naar informatie- en statusdrempels, die eigen is aan de opgestelde voorwerpen is tot stand gebracht door zes medewerkers van de cultuursectie van de Vakgroep Empirisch-Theoretische Sociologie van de Rijksuniversiteit Utrecht. Deze beoordeling heeft betrekking op de aard van de tentoongestelde

[4] Edith Paanakker en Dagmar Bukuru.

objecten en deze kon door deze beoordelaars worden afgelezen aan de beschrijving van de museum- en/of tentoonstelling, zoals die (soms enigszins geparafraseerd) was overgenomen uit het boekje 'Nederland Museumland 1989' (MJK, 1988). Voor de beoordeling naar publieks-werving en publieksbegeleiding hebben we een beroep gedaan op de oordelen van 11 'museum-experts', dat wil zeggen personen die de betrokken musea niet alleen uit eigen ervaring kennen, maar daar ook met een zekere deskundigheid naar kunnen kijken. Behalve de twee genoemde Reinwardt-afgestudeerden -- niet alleen als zodanig museumvakmensen, maar via interviews en bezoeken optimaal op deze taak voorbereid--, hebben we daartoe een beroep gedaan op negen personen uit de Nederlandse museumwereld, grotendeels educatieve en p.r. medewerkers. In beide gevallen werd de beoordelingsprocedure uitgevoerd met behulp van kaartjes met beschrijvingen van betreffende museum / tentoonstelling, als afgebeeld in Figuur 5.4. Hierop stond de aard van het getoonde, het jaartal waarop het oordeel betrekking moest hebben en, in geval van tentoonstellingen, ook de aard van het museum waarin de tentoonstelling plaatsvondt.

5.3.2. Indexconstructie uit de beoordelingen

Eerst zal worden ingegaan op de beoordelingsprocedures die gebruikt zijn om toegankelijkheid van de objecten, de intensiteit van de publiekswerving en de intensiteit van publieksbegeleiding meetbaar te maken. Dergelijke beoordelingsprocedures zijn goed bruikbaar in gevallen -- zoals het onderhavige -- waarin men niet met voldoende trefzekerheid het kenmerk-als-bedoeld kan afmeten aan objectieve gegevens. Men vertrouwt dan op de subjectieve schatting van deskundigen. Om deze subjectieve procedure vrij te maken van de toevalligheden die kleven aan de beoordeling door één deskundige op één aspect en te tillen naar een intersubjectief niveau, is de strategie gevolgd hetzelfde kenmerk op basis van meer dan één vraagstelling te laten beoordelen en hierbij telkens meer dan één beoordelaar te betrekken. Op die manier middelen de puur subjectieve toevalligheden uit en heeft men ook een controle of het bedoelde kenmerk inderdaad realiteitswaarde heeft: dit laat zich aflezen aan de mate van overeenstemming die bestaat tussen de verschillende beoordelingen. Alvorens de beoordelingen worden gemiddeld, dient deze overeenstemming getoetst te worden.

Beoordeelde toegankelijkheid objecten

Zoals hierboven uiteengezet, werd verondersteld dat de toegankelijkheid van de musea en tentoonstellingen, voorzover afhankelijk van de aldaar opgestelde voorwerpen, afhangt van twee soorten drempels. Een eerste soort kunnen we benoemen als informatiedrempels en kan omschreven worden als de mate waarin kennis, training, cognitieve vaardigheden en abstractievermogen nuttig of vereist is om van het gebodene te kunnen genieten. Wat betreft objecten die op dit punt veel eisen stellen, gaan de gedachten in eerste instantie uit naar abstracte, moderne kunst, waarbij men als het ware het 'verhaal' reeds moet kennen om van het gebodene te kunnen genieten. Maar de gestelde eisen kunnen ook juist liggen in de grote hoeveelheid informatie die men moet (kunnen) verwerken: een universiteitsmuseum lijkt hiervan een goed voorbeeld. De tweede factor wordt gevormd statusdrempels, en hierbij is gekozen voor de mate waarin het gebodene aansluiting biedt bij de alledaagse ervaring.

Wat betreft informatiedrempels werd de beoordelaars verzocht de musea en tentoonstellingen te rangordenen tussen de volgende uitersten:

A. "ontspanning"

"geestelijke inspanning"

B. "doet beroep op
specialistische
voorkennis"

"geen voorkennis nodig
om ervan te kunnen
genieten"

Wat betreft statusdrempels werd een beoordeling van de musea en tentoonstellingen gevraagd in de volgende termen:

C. "gemakkelijke aansluiting
bij het dagelijks leven"

"staat ver weg van
het dagelijks leven"

D. "voorwerpen verbonden met
een maatschappelijke elite"

"voorwerpen uit het
alledaagse leven van
gewone mensen"

Aan deze beoordelingen hebben zes beoordelaars meegewerkt, die elk de musea op twee van de vier begrippenparen hebben gescoord. Er bleek een grote mate van onderlinge overeenstemming te bestaan tussen de beoordelaars. Dit komt naar voren uit de analyse[5] die wordt gerapporteerd in Bijlage 5.4. Eén beoordeling week enigszins af van de rest en werd daarom verder buiten beschouwing gelaten. De overige elf beoordelingen vormen een homogeen geheel: de analyse levert de conclusie dat er eigenlijk geen sprake is van twee afzonderlijk te onderscheiden dimensies en dat het handzamer is informatiedrempels en statusdrempels samen toe voegen tot één kenmerk, de 'beoordeelde toegankelijkheid voorwerpen'. De beoordelingen zijn consistent tussen beoordelingscriteria en tussen beoordelaars. De zogenaamde inter-beoordelaarsbetrouwbaarheid bedraagt 0.935, hetgeen zeer hoog te noemen is. De uiteindelijke resultaten van de beoordeling zijn weergegeven in Bijlage 5.1. (kolom f). Ze variëren tussen 0 ('uiterst toegankelijk') en 100 ('ontoegankelijk'). We zullen de rangorde voor het gemak in vijf groepen verdelen.

De groep die als het minste toegankelijk wordt beoordeeld, bestaat uitsluitend uit opstellingen van moderne en hedendaagse kunst. De tweede categorie bevat met name een aantal van de grote kunst en gemengde musea, als het Boymans, het Rijksmuseum, het Centraal Museum Utrecht. Sommige van deze opstellingen bevatten ook moderne en hedendaagse elementen, maar dan is het steeds in combinaties met meer traditionele vormen van beeldende kunst. De middengroep bestaat in hoofdzaak uit volkenkundige en oudheidkundige musea en tentoonstellingen, in combinaties met een paar 'knaltentoonstellingen' voor een breed publiek. De daaronder volgende groep is moeilijker te categoriseren. In ieder geval treffen we hierin een aantal musea aan die herkenbare voorwerpen uit het dagelijks leven (textiel, tegels, vliegtuigen, fietsen, wapens, sieraden) tentoonstellen en twee bezoekerscentra van natuurgebieden. De onderste categorie lijkt veel op de categorie daarboven, maar bevat een aantal typische 'kindermusea' (draaiorgels, speelgoed, spoorwegen) en drie grote volkskundige openluchtmusea (Arnhem, Orvelte, Zuiderzeemuseum). Opmerkelijk is dat de beoordelaars de 'educatieve experimenten' (Kunstkar, Kijkkist, Lijnbaan-centrum) in de twee onderste categorieën hebben geplaatst. Het is de vraag of dit werkelijk overeenkomt met de aard van de tentoongestelde objecten; kennelijk hebben de zes beoordelaars het contrast tussen collectie en publieksbenadering niet voldoende ingezien.

Beoordeling intensiteit van publiekswerving en publieksbegeleiding

Wat er in een museum of tentoonstelling te zien is, zal in eerste instantie bepalen wie erop afkomt.

[5] Factoranalyse met een (geroteerde) twee-factor oplossing. Deze statistische techniek stelt ons in staat om een beslissing te nemen over de vraag of de schaling van musea naar complexiteit nu werkelijk verschilt van die naar statusdrempels of daar vrijwel geheel mee samenvalt.

Maar de musea dragen ook zelf eraan bij in hoeverre hun opstelling een klein publiek van alleen ingewijden trekt, dan wel toegankelijk is voor een grote en breed samengestelde groep belangstellenden. Sommige musea zijn op deze punten echter actiever dan andere, en sommige van de aangegrepen middelen zullen effectiever zijn dan andere. Om tot een schaling van de betreffende musea / tentoonstellingen door beoordeling te kunnen komen, hebben we de kaartjes met museum- en tentoonstellingsbeschrijvingen voorgelegd aan elf museumexperts uit de museumwereld. Hierbij werd voor publieksbegeleiding een oordeel gevraagd in termen van de volgende contrasten:

E: "De educatieve activiteiten bij dit museum stellen niet veel voor."

"De activiteiten van het museum hebben een sterk educatieve component."

H: "Met de mogelijkheden voor de bezoeker om de weg te vinden is het slecht gesteld."

"In dit museum worden veel pogingen in het werk gesteld om de bezoeker te informeren en de weg te wijzen."

Wat betreft publiekswerving werd gevraagd naar:

F: "In dit museum wordt nauwelijks of niet reclame gemaakt."

"In dit museum wordt veel gedaan aan reclame om bezoekers te trekken."

G: "In dit museum wordt geen aandacht geschonken aan public relations."

"In dit museum worden de public relations goed verzorgd."

Elke beoordelaar kreeg twee van de vier uitspraken voorgelegd om de kaartjes met beschrijvingen van musea en tentoonstellingen naar te beoordelen. Ingeval daadwerkelijke kennis ontbrak, mocht men het betreffende kaartje terzijde leggen. Gelukkig is elk kaartje door tenminste één beoordelaar op elke uitspraak gescoord. Op die manier kunnen we toch een totaalscore voor elk museum / tentoonstelling afleiden. Bijlage 5.4 geeft de factoranalyses van de betreffende beoordelingen. Deze taak is aanzienlijk moeilijker gebleken dan de beoordeling naar toegankelijkheid. De beoordelaars blijken het vaak niet goed of wat betreft niet verwachte combinaties van uitspraken met elkaar eens te zijn. De minste moeilijkheden traden op bij de uitspraken F en G die de intensiteit van publiekswerving in kaart brengen. De schalingen naar uitspraken E en H, die gericht zijn op publieksbegeleiding, hingen in een aantal gevallen niet sterk met elkaar samen: kennelijk heeft een aantal beoordelaars een afwijkende interpretatie aan het bedoelde gehanteerd. Uitspraak H is met name hiervoor verantwoordelijk, over uitspraak E zijn vijf van de zeven hierover ondervraagde experts het wel metl elkaar eens. Voor de uiteindelijk geconstrueerde schaling zijn deze vijf schalingen geselecteerd. Dit betekent dat de oordelen van sommige beoordelaars helemaal uit de index verdwenen zijn, evenals vrijwel alle beoordelingen naar uitspraak H (Bijlage 5.4). Bijlage 5.1 geeft de geconstrueerde scores naar publiekswerving en publieksbenadering voor de in het onderzoek betrokken musea en tentoonstellingen.[6]

[6] Tabel 5.8 geeft een beeld hoe de twee beoordelingen met elkaar samenhangen. Linksboven staan de musea die zowel laag scores op publieksbegeleiding als op publiekswerving, rechtsonder de musea die het op beide gebieden actief zijn. In de andere hoeken vinden we de instellingen die het goed doen op het een en slecht op het ander.

Tabel 5.5: Kenmerken van Nederlandse musea en tentoonstellingsruimten (N=142 situaties waarin een publieksonderzoek werd gehouden)

AARD COLLECTIE	
% kunst(nijverheid) voor 1850	17 x
% kunst(nijverheid) 1850-1900	6 x
% kunst(nijverheid) 1900-1940	6 x
% kunst(nijverheid) 1940..	10 x
% natuurhistorische informatie	4 x
% volkenkundige informatie	10 x
% bedrijf en techniek	8 x
% archeologie	8 x
% locale historische informatie	7 x
% (inter)nationale historische informatie	6 x
% anderssoortige informatie	5 x
bevat objecten uit dagelijks leven Nederlanders	71 x
PUBLIEKSWERVING	
OMVANG PUBLIEKSWERVING	
omvang staf public relations	1 m
houdt tijdelijke tentoonstellingen	89 %
(indien ja:) jaarlijks aantal tentoonstellingen	4 m
MIDDELEN PUBLIEKSWERVING	
opgenomen in plaatselijke/regionale toeristische informatie	93 %
verspreidt folders	76 %
verspreidt blad of bulletin	49 %
(indien ja) oplage blad of bulletin	600 m
opgenomen in dagtochten NS	35 %
heeft mailinglist	82 %
omvang mailing naar media	90 m
omvang mailing naar scholen	25 m
omvang mailing naar personen	40 m
omvang mailing naar anderen	40 m
wekelijks in agenda plaatselijke pers	89 %
wekelijks in agenda landelijke pers	62 %
aandacht op radio en tv	77 %
regionaal verspreide tentoonstellingsaffiches	78 %
nationaal verspreide tentoonstellingsaffiches	57 %
advertenties in locale dagbladen	28 %
advertenties in landelijk dagbladen	43 %
EXTRA ACTIVITEITEN	
regelmatig concerten	33 %
lezingen	37 %
regelmatig andere culturele activiteiten	36 %
niet-culturele activiteiten	15 %
speciale activiteiten bijzondere groepen	41 %
restaurant of koffiehoeke	62 %
voorzieningen kinderopvang	13 %
HERKENBAARHEID OP STRAAT	
duidelijke wegwijzers in de omgeving	29 %
opvallende aanduiding museumingang (vlaggen)	48 %
open of glazen deur	85 %

Tabel 5.5 (vervolg): Kenmerken van Nederlandse musea en tentoonstellingsruimten (N=142 situaties waarin een publieksonderzoek werd gehouden)

PUBLIEKSBEGELEIDING

OMVANG PUBLIEKSBEGELEIDING

aanwezigheid educatieve dienst	74 %
omvang staf educatieve dienst	2 m
speciale activiteiten lagere-schoolleerlingen	64 %
speciale activiteiten scholieren 12-16 jaar	53 %

MIDDELEN PUBLIEKSBEGELEIDING

bijschriften	90 %
tekstbordjes	89 %
volledig doorgevoerde A B en C teksten	40 %
zaalbladen	47 %
catalogus	71 %
dia's	66 %
video of film	56 %
modellen of spelletjes	36 %
rondleiding ter plekke mogelijk	14 %
bibliotheek	64 %
informatiebalie of winkel	58 %

ORIENTATIE

plattegrond of uitgereikt kaartje	72 %
perfecte routing in huisstijl	24 %

PRIJS

volle toegangsprijs	2.19 f
verhouding gratis bezoekers/totaal	27% m
% korting CJP-Museumjaarkaart	90% x
% korting groepsbezoek	65% x
% korting met treinkaartje	38% x
% korting bejaarden	63% x
% korting vriendenvereniging	70% x
% korting kinderen	69% x

GROOTTE

oppervlakte (m ²)	1800 m
aantal zalen	10 m
aantal halve dagen openstelling	12 m
full time stafmedewerkers	4 m
part time stafmedewerkers	1 m
full time middenkader	5 m
part time middenkader	1 m
full time andere medewerkers	11 m
part time andere medewerkers	1 m
aantal bezoeken	80.000 m

Gebruikte eenheden:

%: percentage van het totaal

m: mediane waarde

x: gemiddelde waarde

f: guldens

5.3.3. Indexconstructie geïnventariseerde museumkenmerken

Alles bijeen genomen zijn via de inventarisatie meer dan 100 kenmerken van de betreffende musea en tentoonstellingen[7] in kaart gebracht. Dit is veel te veel om in een keer te kunnen analyseren. Om deze verzameling kenmerken tot een hanteerbaar geheel te kunnen maken is het vereist dat kenmerken die vaak samen voorkomen of waarvan verondersteld kan worden dat zij een soortgelijke werking op het publiek hebben, tot één index worden samengevoegd. De hierbij toegepaste methode is te tellen hoe vaak elk museum van de opgesomde methoden van publieksbenadering gebruik maakte, dan wel (bij kenmerken die een glijdende schaal hebben zoals 'omvang mailing list') tot de meest actieve helft behoorden. Omdat we delen door het aantal kenmerken van een groep bestaat elke index weer uit een score tussen 0 (een museum behoort geen enkele keer tot de 'meest actieve' helft) tot 100 (een museum behoort elke keer tot de 'meest actieve' helft).[8] (Deze algemeen geldende procedure is niet van toepassing op de genre-indeling van de objecten en de bepaling van de effectief betaalde prijs. Deze zullen afzonderlijk worden toegelicht.)

Toegankelijkheid voorwerpen

De inventarisatie van kenmerken van de musea en tentoonstellingen (Tabel 5.5) begint met een nadere bepaling van wat er aldaar te zien was: voor de bepaling van de toegankelijkheid van de voorwerpen hebben we de museummedewerkers gevraagd de opstelling uiteen te leggen naar de mate waarin bepaalde genres objecten daarin vertegenwoordigd zijn. Het eerste groepje kenmerken in Tabel 5.5 doet hiervan verslag. Om hieruit een maat voor de toegankelijkheid van de objecten vast te stellen, hebben we een weging van deze percentages geconstrueerd, waarbij als criterium gebruik gemaakt is van de 'beoordeelde toegankelijkheid van de opstelling'. Een bepaalde categorie objecten krijgt een groot of een klein gewicht, al naargelang de beoordelaars de betrokken musea en tentoonstelling gemiddeld toegankelijker of ontoegankelijker achten. De weging geeft voor 100% informatie in een opstelling die gewijd is aan een bepaald genre, de volgende puntenaantallen:

% kunst(nijverheid) 1940..	+100
% kunst(nijverheid) 1900-1940	90
% kunst(nijverheid) 1850-1900	80
% kunst(nijverheid) voor 1850	70
% volkenkundige informatie	45
% bedrijf en techniek	40
% archeologie	35
% anderssoortige informatie	25
% natuurhistorische informatie	10
% locale historische informatie	10
% (inter)nationale historische informatie	10
bevat objecten uit dagelijks leven van Nederlanders	-10

Deze puntentelling levert een (on)toegankelijkheidsindex op voor elke opstelling, die varieert tussen 0 en 100. Een score van 0 ('heel toegankelijk') krijgen die opstellingen die geheel gewijd zijn aan historische of natuurhistorische informatie en bovendien verwijzen naar het dagelijks

[7] Bij tentoonstellingen zijn de kenmerken van de tentoonstelling naast die van het betreffende museum in kaart gebracht. De te construeren indices hebben in die gevallen steeds betrekking op de tentoonstelling zelf.

[8] Deze methode is ook handzaam om langs het probleem van ontbrekende informatie heen te komen. Alle indexen geven de positie van een museum weer afgemeten aan het aantal kenmerken waarover van dat museum informatie aanwezig is.

leven in Nederland. Een maximale score van 100 ('heel toegankelijk') krijgen opstellingen die voor 100% gewijd zijn aan hedendaagse beeldende kunst. Ook deze indeling staat in Bijlage 5.1. (kolom g). Omdat musea meer dan een soort genre kunnen omvatten, kan het puntenaantal op een andere dan de aangegeven waarden uitkomen. Enige waarden voor bekende musea in Nederland (vaste opstelling) zijn:

Hedendaagse Kunst Utrecht	100
Stedelijk Museum Amsterdam	82
Gemeentemuseum Arnhem	71
Boymans-Van Beuningen	65
Groninger Museum	58
Rijksmuseum	46
Centraal Museum Utrecht	42
Lakenhal Leiden	41
Oudheden Leiden	35
Spoorwegmuseum	20
Noorder Scheepvaartmuseum	19
Museumdorp Orvelte	8
Zuiderzeemuseum	0
Amsterdams Historisch Museum	0

Tentoonstellingen binnen musea kunnen een score krijgen die afwijkt van de gebruikelijk opstelling van de betreffende musea. Zo scoren de in het Stedelijk Museum gehouden tentoonstellingen 'La Grande Parade' en 'Wat Amsterdam Betreft' 100 punten (hetzelfde aantal wordt ook bereikt door de Sonsbeektentoonstelling en Ooghoogte in het Van Abbe Museum), de Rembrandttentoonstelling (1969) en de Landschapsschilderstentoonstelling (1987) in het Rijksmuseum zijn goed voor 70 punten en de tentoonstelling 'Schatten uit Turkije' (Oudheden-Leiden, 1986) is goed voor 57 punten.[9]

De relatie tussen beoordeelde toegankelijkheid en geïnventariseerde toegankelijkheid laat zich uitdrukken in een correlatiecoëfficiënt. Deze bedraagt 0.85; dit is heel hoog.

Publiekswerving

Onder activiteiten ten aanzien van publiekswerving hebben we een viertal verschillende zaken gerekend, die ieder geïndiceerd zijn via een aantal verschillende kenmerken. Tabel 5.5 geeft een overzicht van alle kenmerken en hoe zij onder een index gegroepeerd zijn. De eerste groep kenmerken heeft te maken met de organisatie van het museum zelf. In hoeverre is er sprake van speciale functionarissen binnen het museum die zich bezighouden met publiekswerving? Eén van de belangrijkste manieren waarop musea naar buiten kunnen treden is via hun tentoonstellingsbeleid; men kan verwachten dat tentoonstellingen meer nieuwe en incidentele bezoekers trekken dan de vaste opstelling. Hoe vaak treedt het museum naar buiten in termen van tentoonstellingen? Het aantal keren dat een museum boven de mediaan scoort op deze drie kenmerken vormt de

[9] Het puntensysteem is niet perfect en levert hier en daar geen goed resultaat op. Zo is het jammer dat er geen onderscheid is gemaakt tussen kunst en kunstnijverheidsvoorwerpen. De scores van 71 voor Speelklok tot Pierement te Utrecht en 66 voor het Goud- en Zilvermuseum in Schoonhoven zijn hierdoor duidelijk 'overgewaardeerd'. Voor eventuele verdere toepassing van deze museumschaal zou het eigenlijk gewenst zijn kunstnijverheidsvoorwerpen apart te nemen en op 35 punten te scoren.

index voor omvang publiekswerving.

Het tweede bij publiekswerving behorende blokje kenmerken brengt verschillende middelen voor publiekswerving in kaart waarop musea naar buiten kunnen treden: deze zullen verder worden aangeduid als reclamemiddelen. Orthodoxe middelen zijn publiciteit via toeristische informatie, folders, NS-tochten en een eigen blad of bulletin. Veel musea sturen ook direct mail over hun activiteiten uit naar media of individuen. Een hoofdstuk apart wordt gevormd door de verschillende manieren waarop men via de media (kranten, radio, televisie) naar buiten treedt. Te zamen betreft dit 17 verschillende manieren waarop de betrokken musea naar buiten kunnen treden.

Minder orthodoxe middelen om publiek in het museum te interesseren worden gevormd door extra activiteiten binnen het museum, maar van niet-museale aard, zoals concerten, lezingen en andere culturele en niet-culturele activiteiten. In beginsel brengen deze activiteiten mensen binnen het gebouw die er anders wellicht niet gekomen zouden zijn. In het verlengstuk hiervan ligt het bieden van faciliteiten als een restaurant en kinderopvang, die met het museumaanbod zelf niets te maken hebben, maar het verblijf kunnen veraangename of vergemakkelijken. Een laatste groep inspanningen om publiek naar het museum te trekken zijn speciale activiteiten die gericht zijn op bijzondere groepen, zoals bejaarden. De betreffende index telt de scores op in totaal zeven afzonderlijke kenmerken.

Tenslotte worden er nog inspanningen geleverd in de buurt van het museumgebouw om de herkenbaarheid op straat en de toegankelijkheid op die manier zoveel als mogelijk is te vergroten. De bekende vlaggen en vaandels, wegwijzers en (meer subtiel) het onderscheid tussen een gesloten of een open/glazen deur zijn hier een voorbeeld van. Deze index vat de antwoorden op drie afzonderlijke vragen samen.

Daarmee zijn 30 afzonderlijke vragen naar publiekswerving in de musea in vier afzonderlijke indices samengevat. Van elk hiervan zullen we in het volgende de invloed op de publieks-samenstelling bepalen. Voor een compactere analyse hebben we deze indices ook nog eens samengenomen in een overkoepelende index. Om tot een weging te komen van de vier betrokken schalen hebben we de beoordeling van de intensiteit van de publiekswerving volgens de experts weer als criterium genomen. Deze procedure leidt ertoe dat de index die 'herkenbaarheid op straat' aangeeft, verder niet meer in de analyse betrokken worden: zij heeft geen relatie met het oordeel van de experts. Om tot één index voor 'publiekswerving (inventarisatie)' te komen, zijn de drie samenstellende indices (middelen publiekswerving, staf public relations, extra activiteiten) gelijk gewogen. De scores op deze samenvattende index, herschaald tussen 0 en 100, zijn opgenomen in Bijlage 5.1, kolom (i).

Publieksbegeleiding

De eerste index die activiteiten van een museum op het gebied van publieksbegeleiding aangeeft, is aanwezigheid van een afdeling van educatieve medewerkers, alsmede de omvang van de betrokken staf (Tabel 5.5). Daarnaast tellen we of een museum zich in het bijzonder richt op scholieren, respectievelijk van lager-schoollleeftijd en van middelbare-schoollleeftijd, als een aanduiding van een op publieksbegeleiding gericht klimaat van een museum. De vier betrokken kenmerken worden samengevoegd in een index voor de 'omvang publieksbegeleiding'.

Vervolgens komen de 'middelen voor publieksbegeleiding' waarmee de opstelling zelf over het voetlicht wordt gebracht. In musea zijn niet alleen kunstzinnige en cultuurhistorische voorwerpen te zien, maar evenzeer toelichtende teksten. Deze lopen uiteen van summier uitgevoerde bijschriften tot diavertoningen, modellen en natuurlijk het educatieve middel van oudsher, de

rondleiding. In totaal werd hier de score op elf afzonderlijke vragen geteld.

Ook op dit punt is een overkoepelende index geconstrueerd die de twee vorige samenvat. De weging om tot een index voor de 'publieksbegeleiding (inventarisatie)' te komen is weer ontleend. Op basis van de beoordeling door de experts, is de omvang van een educatieve dienst en aanwezigheid van specifiek op scholieren gerichte educatieve activiteiten is twee keer zo zwaar geteld als de hoeveelheid middelen publieksbegeleiding. De scores hierop op deze samenvattende index, herschaald tussen 0 en 100, zijn opgenomen in Bijlage 5.1, kolom (j).

Overige kenmerken

Er blijven tenslotte twee groepen kenmerken van de musea en tentoonstellingen over die niet direct met de publieksbenadering in de bediscussieerde zin te maken hebben, maar wel gerelateerd kunnen zijn aan de sociale samenstelling van het publiek en de middelen die het museum heeft om hier invloed op uit te oefenen.

Een manier waarop directe sociale selectie kan plaatsvinden is via de prijs die men hanteert^[10]. De volle toegangsprijs is echter op lang niet iedereen van toepassing. Veel musea hebben grote aantallen gratis bezoekers en geven kortingen aan specifieke groepen (waaronder Museumjaar-kaarthouders). De tabel geeft daarvan ook een overzicht. Bij de 'effectieve prijs' is de feitelijk betaalde prijs geschat door de korting voor de verschillende groepen daarop in mindering te brengen. De grootte van de betrokken groep werd aan de publieksenquête ontleend.

De tweede groep kenmerken geeft een indicatie van de 'grootte van het museum'. Deze is afgemeten aan de oppervlakte van de tentoonstellingsruimten, het aantal betaalde medewerkers in dienst van het museum, en het bezoekersaantal. De omvang van de betrokken publieksgroep in het jaar van onderzoek was mediaan 80.000. Het is daarmee duidelijk dat in ons bestand de wat grotere instellingen zijn oververtegenwoordigd.

Alle geconstrueerde indices staan nog eens omschreven in Tabel 5.6. De manier waarop alle geconstrueerde kenmerken met elkaar samenhangen, staat weergegeven in Bijlage 5.5. Een positieve waarde van de betreffende coëfficiënt duidt aan dat er de betreffende schalingen van de musea tot op zekere hoogte met elkaar samenvallen, een negatieve coëfficiënt dat de betreffende kenmerken elkaar tot op zekere hoogte uitsluiten.

5.4. Analyse van het opleidingsniveau

In Tabel 5.7a en Tabel 5.7b wordt van de gemiddelde opleiding van de museumpublieksgroepen geanalyseerd hoe ze is gekoppeld aan de volgende kenmerken:

- Toegankelijkheid van de getoonde voorwerpen: hieronder rekenen we de door de zes beoordelaars beoordeelde informatie- en statusdrempels en (als alternatief) de op basis van de enquête geïnventariseerde toegankelijkheid.
- Publieksbenadering: hierin onderscheiden we de diverse indices voor activiteiten wat betreft publiekswerving en publieksbegeleiding, waarvan de constructie hierboven is toegelicht, alsook de overeenkomstige beoordelingen door deskundigen.

[10] Toegangsprijzen zijn gecorrigeerd voor een gemiddeld inflatiecijfer van 4% per jaar (CBS, 1985).

Tabel 5.6: Definitie van in de analyse gebruikte publieks- en museumkenmerken (N=142)

<u>Publiekskenmerken</u>	
OPLEIDING 1988	Gemiddelde opleiding naar niveau 1988
BEROEP 1988	Gemiddeld beroepsprestige publiek naar niveau 1988
<u>Controlevariabelen</u>	
LEEFTIJD	Gemiddelde leeftijd publiek
JAAR VAN ONDERZOEK	Jaar van publieksonderzoek
OMVANG	Grootte naar personeel en bezoekersaantal
<u>Toegankelijkheid objecten</u>	
TOEGANKELIJKHEID (BEOORDELING)	Toegankelijkheid van opgestelde voorwerpen op basis van oordelen 6 beoordelaars.
TOEGANKELIJKHEID (INVENTARISATIE)	Toegankelijkheid op basis van samenstelling collectie.
<u>Publiekswerving</u>	
PUBLIEKSWERVING (BEOORDELING)	Publiekswerving op basis van beoordeling door 11 museumexperts.
PUBLIEKSWERVING (INVENTARISATIE)	Publiekswerving; samengevoegde index met betrekking tot omvang activiteiten, reclame en extra activiteiten.
OMVANG PUBLIEKSWERVING	Intensiteit publiekswerving (personeel, tentoonstellingen)
RECLAME	Intensiteit publiekswerving via media
EXTRA ACTIVITEITEN	Intensiteit publiekswerving via extra-museale activiteiten
<u>Publieksbegeleiding</u>	
PUBLIEKSBEGELEIDING (BEOORDELING)	Publieksbegeleiding (beoordeling)
PUBLIEKSBEGELEIDING (INVENTARISATIE)	Publieksbegeleiding; samengevoegde index met betrekking tot omvang publieksbegeleiding en middelen publieksbegeleiding
OMVANG PUBLIEKSBEGELEIDING	Intensiteit publieksbegeleiding (personeel, activiteiten)
MIDDELEN PUBLIEKSBEGELEIDING	Middelen publieksbegeleiding (onderschriften, zaalborden, folders e.d.)
EDUCATIEF EXPERIMENT	Educatieve experimenten
<u>Prijs</u>	
EFFECTIEVE PRIJS	Effectief betaalde prijs

- Controlevariabelen: in het bijzonder de omvang van het museum, het jaar van onderzoek en de gemiddelde leeftijd van de betrokken publieksgroep.

Voor deze analyse wordt gebruik gemaakt van regressievergelijkingen (aangegeven met a, b, ..., k). Deze statistische techniek biedt de mogelijkheid om de invloed van verschillende kenmerken tegelijkertijd in beeld te brengen. De coëfficiënten geven aan welke kenmerken van musea de grootste verschillen in het opleidingspeil van de museumpublieksgroepen tot stand brengen en welke slechts een geringe of geen rol spelen. De belangrijkste conclusies zullen vervolgens naderhand ook nog eens grafisch worden toegelicht.

De vraag van de navolgende analyse betreft de sociale samenstelling van museumpublieksgroepen: hoe is deze gebonden aan de aard van de opstelling, hoe heeft deze zich over de jaren ontwikkeld, en wat doet de wijze van publieksbenadering ertoe? De antwoorden op deze vragen wordt gegeven door Tabel 5.7a en Tabel 5.7b. De eerste tabel gebruikt de geïnventariseerde toegankelijkheid als controlevariabele, de tweede tabel de beoordeelde toegankelijkheid. We zullen ons in eerste instantie concentreren op Tabel 5.7a. De regressievergelijkingen staan kolomsgewijs weergegeven. Een positieve coëfficiënt betekent dat een hoge score op het betreffende kenmerk in verband staat met een hoog opgeleid publiek, een negatieve coëfficiënt dat een hoge score op dat kenmerk in verband staat met een laag opgeleid publiek. In één regressievergelijking wordt het effect van meerdere kenmerken bepaald, terwijl de effecten van de overige in de vergelijking opgenomen kenmerken via het statistisch model constant wordt gehouden. Elke coëfficiënt heeft betrekking op de invloed van een kenmerk gecorrigeerd voor de verstoring van de overige. De coëfficiënten zijn gestandaardiseerd en daarom in grootte met elkaar vergelijkbaar.

Volgens de eerste regressievergelijking (a) in Tabel 5.7a wordt de opleidingshoogte van het publiek in sterke mate bepaald door de toegankelijkheid van de opgestelde voorwerpen. De betreffende coëfficiënt (.48)[11] kan zo geïnterpreteerd worden dat het verschil tussen de meest toegankelijke opstelling en de minst toegankelijke opstelling in ons onderzoek een verschil van 2.5 punten opleiding met zich meebrengt. Dit is op zichzelf een betrekkelijk sterk effect, maar het laat de mogelijkheid open dat ook andere kenmerken de gemiddelde opleidingshoogte beïnvloeden. Voor wat betreft de overige controlevariabelen heeft jaar van onderzoek geen significante invloed op het opleidingspeil. Daaruit volgt dat het opleidingspeil van de aangetroffen museumpublieksgroepen kennelijk, bij constanthouden van de opstellingen, niet is veranderd. Hierbij moeten we in herinnering roepen dat de hier geanalyseerde variabele de 'opleiding 1988' is, dat wil zeggen de opleidingsscore, gecorrigeerd voor de stijging van het opleidingspeil van de bevolking. Voorts blijkt uit dezelfde regressievergelijking[12] dat publieksgroepen enigszins hoger zijn opgeleid naarmate ze jonger zijn (deze relatie bestaat ook in de Nederlandse bevolking) en dat grotere musea een enigszins hoger opgeleid publiek trekken. Deze laatste relatie is echter niet significant.

De kolommen (b)-(e) in Tabel 5.7a beantwoorden de vraag wat de verschillende inspanningen op het gebied van publieksbenadering er toe doen. De regressietechniek zorgt ervoor dat we er rekening mee houden dat het opleidingsniveau in sterke mate bepaald wordt door de toegankelijkheid van de opstelling en het jaar van onderzoek, alsook enigszins gedifferentieerd is naar

[11] Ongestandaardiseerd: .35.

[12] In een niet gerapporteerde analyse hebben we uitgezocht of de vraagvorm een significante invloed op de gemeten opleidingshoogte heeft: dit is niet het geval. Of er uitdrukkelijk gevraagd is naar volttooide opleiding, dan wel of dit in het midden is gelaten, maakt niet merkbaar iets uit voor de uiteindelijk resulterende onderwijshoogte.

Tabel 5.7a: Verschillen in opleidingsverdeling tussen museumpublieksgroepen naar (A) toegankelijkheid van de objecten (B) controle variabelen (C) publiekswerving, (D) publieksbegeleiding, (E) prijs.

	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)
<u>A. Toegankelijkheid</u>											
TOEGANKELIJKHEID (INVENTARISATIE)	.478	.276	.332	.363	.376	.433	.435	.287	.306	.338	.332
<u>B. Controlevariabelen</u>											
OMVANG MUSEUM	.113~	-.037~	-.089~	-.051~	-.036~	.082~	.047~	-.041~	-.000~	-.004~	-.074~
JAAR VAN ONDERZOEK	.069	.051	.058	.013	.018	.045	.051	.032	.049	-.020	-.019
GEMIDDELDE LEEFTIJD	-.136	-.172	-.107	-.163	-.169	-.145	-.151	-.161	-.164	-.161	-.144
<u>C. Publiekswerving</u>											
PUBLIEKSWERVING (BEOORDELING)		.341						.389	.428	.331	.348
PUBLIEKSWERVING (INVENTARISATIE)			.419								
OMVANG PUBLIEKSWERVING				.331	.349						
RECLAME				.009		.099~					
EXTRA ACTIVITEITEN				.047			.155"				
<u>D. Publieksbegeleiding</u>											
PUBLIEKSBEGELEIDING (BEOORDELING)		-.076~									
PUBLIEKSBEGELEIDING (INVENTARISATIE)			-.199								
OMVANG PUBLIEKSBEGELEIDING								-.137"			
MIDDELEN PUBLIEKSBEGELEIDING									-.223		
EDUCATIEF EXPERIMENT										-.224	
<u>E. Prijs</u>											
EFFECTIEVE PRIJS											.026~
adj R ²	.282	.290	.311	.352	.362	.280	.290	.348	.375	.377	.326

Pairwise deletion of missing values. ~: statistisch niet significant ($p > .10$). ": $.05 < p < .10$.

Tabel 5.7b: Verschillen in opleidingsverdeling tussen museumpublieksgroepen naar (A) toegankelijkheid van de objecten (B) controlevariabelen (C) publieksbegeleiding, (D) publieksbegeleiding, (E) prijs.

	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)
<u>A. Toegankelijkheid</u>											
TOEGANKELIJKHEID (BEOORDELING)	.605	.522	.496	.522	.519	.594	.575	.499	.506	.470	.499
<u>B. Controlevariabelen</u>											
OMVANG MUSEUM	.069	-.145	-.032	-.068	-.049	.057	-.014	-.057	-.056	-.072	-.078
JAAR VAN ONDERZOEK	.167	.137	.105	.117	.109	.159	.137	.133	.148	.072	.080
GEMIDDELTE LEEFTIJD	-.171	-.115	-.179	-.165	-.189	-.172	-.140	-.171	-.176	-.173	-.156
<u>C. Publiekswerving</u>											
PUBLIEKSWERVING (BEOORDELING)		.323						.308	.346	.288	.280
PUBLIEKSWERVING (INVENTARISATIE)			.333								
OMVANG PUBLIEKSWERVING				.250	.280						
RECLAME				-.064"		-.029"					
EXTRA ACTIVITEITEN				.119"			.183				
<u>D. Publieksbegeleiding</u>											
PUBLIEKSBEGELEIDING (BEOORDELING)		-.022"									
PUBLIEKSBEGELEIDING (INVENTARISATIE)			-.252								
OMVANG EDUCATIEF WERK								-.191			
MIDDELEN PUBLIEKSBEGELEIDING									-.259		
EDUCATIEF EXPERIMENT										-.114"	
<u>E. Prijs</u>											
EFFECTIEVE PRIJS											.017"
adj R ²	.412	.447	.500	.459	.401	.405	.431	.477	.503	.456	.439

(Pairwise deletion of missing values.) ": statistisch niet significant ($p > .10$). ": $.05 < p < .10$.

leeftijd van het publiek en grootte van het museum. In de kolom (b) kijken we eerst naar het effect van de intensiteit van publiekswerving en publieksbegeleiding, zoals deze naar voren is gekomen uit de beoordeling van de museumexperts, en in kolom (c) naar dezelfde kenmerken zoals deze geconstrueerd zijn uit de inventarisatie via de museummedewerkers. Het resultaat wisselt; dit duidt erop dat publiekswerving en publieksbegeleiding uiteenlopende effecten op het opleidingsniveau van het publiek hebben: terwijl intensieve publieksbegeleiding zwak maar naspeurbaar in verband staat met lagere opleidingsniveaus, leidt intensieve publiekswerving niet tot zo'n daling, maar tot stijging van het opleidingspeil van het publiek. Kolom (b) wijst uit dat het opleidingsverlagend effect van intensieve publieksbegeleiding niet significant is als we afgaan op de expertbeoordeling. Kolom (c) toont wel een significant opleidingsverlagend effect voor intensieve publieksbegeleiding, wanneer we de inventarisatie als criterium nemen. Het opleidingsverhogend effect van intensieve publiekswerving is nu in beide gevallen significant. De conclusies is derhalve, dat indien een museum zijn opstelling intensief met educatieve middelen begeleidt, dat een lager opgeleid publiek oplevert; intensieve publiekswerving gaat daarentegen samen met een hoger opgeleid publiek.

In de vergelijkingen (d)-(g) en (h)-(i) wordt de werking getoetst van de afzonderlijke componenten van de twee op basis van inventarisatie opgestelde indices. De index voor publiekswerving berust op drie deelindices: de omvang van de publiekswerving in het museum, de inzet van reclame en de omvang van de extra activiteiten. De index voor publieksbegeleiding in (c) berust op twee deelindices: de omvang van de publieksbegeleiding en de hoeveelheid ingezette educatieve middelen. De betreffende vergelijkingen laten zien dat alle deelindices in dezelfde richting effect hebben als de hun samenvattende index, al wisselt de sterkte van de effecten wat. Het beeld blijft echter steeds hetzelfde: intensieve werving brengt relatief hoger opgeleiden binnen, intensieve begeleiding brengt veel relatief lager opgeleiden binnen.

Vergelijking (j) rapporteert over het effect van de educatieve experimenten, waarover we onderzoeksmateriaal hebben kunnen verzamelen. Dit zijn zeven publieksgroepen, die respectievelijk zijn aangetroffen in de Kunstkar, het Lijnbaancentrum (3x) en de Kijkkast (3x). In deze educatieve experimenten heeft de publieksbenadering volgens 'sociaal-emancipatorische opvattingen' (zie Hoofdstuk 4) in extremum haar beslag gekregen. Interessant is dat vergelijking (j) duidelijk aangeeft dat het publiek in deze entourage inderdaad significant lager opgeleid is als op basis van het gebodene verwacht mocht worden. Effecten van sociaal-emancipatorisch educatief werk waren er dus wel degelijk, in ieder geval in deze experimentele situaties zelf. (In hoeverre zulke experimenten ook de gang van lager opgeleiden naar het museum zelf hebben bevorderd, valt op basis hiervan natuurlijk niet te zeggen.)

Tenslotte rapporteert vergelijking (k) over de effecten van de prijs, dat wil zeggen de hoogte ervan na aftrek van kortingen. Deze heeft geen relatie met het opleidingsniveau van het publiek: een hoger prijsniveau leidt niet een in opleidingstermen selectiever samengesteld publiek.

Tabel 5.7a en Tabel 5.7b kunnen vervolgens worden vergeleken om te zien wat het verschil is tussen de invloed van de op basis van inventarisatie bepaalde toegankelijkheid van de objecten en de op basis van de beoordeling bepaalde toegankelijkheid. De resultaten van de twee manieren om objecten naar toegankelijkheid in te delen gaan steeds in dezelfde richting, maar wel blijkt, dat de uit beoordeling geconstrueerde maat aanzienlijk sterker verbonden is met het opleidingsniveau van het aangetroffen publiek. Wat we hieruit leren is dat de selectiviteit van de opstellingen kennelijk niet op voldoende wijze in kaart kan worden gebracht door een globale indeling van de opgestelde objecten naar de 12 categorieën die in Tabel 5.5 onder 'aard opstelling' zijn opgesomd. De uitdrukkelijke opsomming van de aard van de collectie op de kaartjes die voor

de beoordeling gebruikt zijn, geeft kennelijk aanzienlijk meer informatie over het te verwachten opleidingsniveau. Niettemin is het resultaat van de analyse in Tabel 5.7b vrijwel identiek aan die in de vorige tabel: publieksbegeleiding verlaagt het opleidingsniveau van het publiek, publiekswerving verhoogt het. Het effect van de educatieve experimenten is nu niet significant – dit is te wijten aan het feit dat de beoordelaars het experimentele karakter van deze instellingen hebben laten meewegen in hun beoordeling. Van de prijsverschillen gaat wederom geen invloed uit.

Visualisatie

Het resultaat van de voorgaande statistische analyses laat zich -- achteraf bezien -- tamelijk eenvoudig in figuren voorstellen. We doen hiervoor een beroep op figuren waarin de relatie tussen de verschillende museumkenmerken enigszins vergroot is, maar waarin niettemin de aangetroffen relaties nog duidelijk waar te nemen zijn.

De Figuren 5.8a en 5.8b geven de opleidingsniveaus van de aangetroffen publieksgroepen weer voor combinaties van publiekswerving en publieksbegeleiding, beiden ingedeeld in vier categorieën. Figuur 5.8a heeft betrekking op de indeling ontleend aan de beoordeling door museumexperts, Figuur 5.8b op de indeling ontleend aan de inventarisatie via vragenlijsten. Weergegeven is een korte aanduiding + jaartal van de betreffende publieksgroep en de gemiddelde opleiding. Per categorie staan de opleidingsniveaus samengevat in een (onderstreept) groeps-gemiddelde. Deze voorstelling van zaken laat verder alle andere kenmerken buiten beschouwing, in het bijzonder ook toegankelijkheid van de opgestelde objecten. Niettemin komt globaal gezien de volgens de statistische analyse aangetroffen relatie naar voren: binnen categorieën van publiekswerving loopt het opleidingsniveau af met de intensiteit van publieksbegeleiding; binnen categorieën van publieksbegeleiding loopt het opleidingsniveau van het publiek op met de intensiteit van de publiekswerving.

Figuur 5.9 geeft de opleidingsniveaus van de aangetroffen publieksgroepen weer naar toegankelijkheid van de opstelling (op basis van inventarisatie). Het sterke verband tussen toegankelijkheid en opleidingsniveau komt duidelijk naar voren. Dit verband is aangegeven als de (regressie)lijn, die het gemiddelde of te verwachten verband aangeeft. De invloed van publiekswerving en publieksbegeleiding is nu aangegeven met onderlijningen van de aanduidingen van de betreffende musea en tentoonstellingen. De situaties waarin volgens beide criteria sprake was van een intensieve publieksbegeleiding, zijn enkel onderstreept, de situaties waarin volgens beide criteria (inventarisatie + beoordeling) sprake was van intensieve publiekswerving, zijn dubbel onderstreept. Hiermee wordt de relatie tussen deze twee vormen van publieksbenadering en het opleidingsniveau wat grof weergegeven, maar zichtbaar is ze wel. De invloed van beide kenmerken kan men vaststellen door te tellen hoe vaak de betreffende musea / tentoonstellingen onder, dan wel boven de streep vallen. Als de publieksbenaderingswijzen niet zouden uitmaken, zouden de onderstreepte aanduiding met een 50%-50% verdeling ten opzichte van de lijn te vinden zijn. Voor publieksbegeleiding liggen 16 van de 26 onderstreepte gevallen (62%) onder de lijn, hetgeen wil zeggen dat in die gevallen het opleidingsniveau lager is dan op basis van de opgestelde voorwerpen verwacht mocht worden. Voor publiekswerving liggen 12 van de 18 onderstreepte gevallen (67%) boven de lijn, hetgeen wil zeggen dat het publiek hoger opgeleid is dan verwacht mocht worden op basis van de opgestelde voorwerpen. Afzonderlijk, in HOOFDLETTERS zijn nog de zeven educatieve experimenten aangegeven: vijf van de zeven (71%) liggen onder de streep en hebben dus een opleidingsniveau lager dan verwacht op basis van de voorwerpen.

Figuur 5.8a: Gemiddeld opleidingsniveau van publieksgroepen naar niveau van publieksbegeleiding (verticaal) en publiekswerving (horizontaal)

GERINGE PUBLIEKSWERVING

INTENSIEVE PUBLIEKSWERVING

WEINIG PUBLIEKSBEGELEIDING

		<u>4.36</u>		<u>5.03</u>		<u>5.11</u>		<u>5.72</u>			
Jopie Huismuseum	88	4.34	Groninger Museum	71a	5.07	RM Twente	74	4.36	Centraal Paardestal	87	5.72
Noorder Scheepvaart	88	3.51	Groninger Museum	71b	5.03	Centraal Museum	83	5.69			
Drents Museum	73	4.83	Universiteitsmuseum	85	5.32	Zuiderzeemuseum	84b	4.80			
Natura Docet	74	4.52	Adam Hist Kleine std	72	5.07	Teylersmuseum	88	5.21			
Het Palthehuis	74	4.51	Adam Hist Grote stad	73	4.58	Van Abbe Ooghoogte	86	5.47			
De Weerribben	76	4.36	Adam Hist Stoom I	74a	5.10						
Heilig Land Stichtin	88	4.32	Adam Hist Stoom II	74b	5.37						
Spoorwegmuseum	88	4.80	Joods Historisch	86	5.17						
Max Euwe Centrum	86	5.07	Joods Historisch	87	4.82						
Scheepvaartmuseum	73	4.36	Boerhaave Blauwe lij	83	5.14						
Museummolen	75	3.90	Waag Bodemonderzoek	82	4.61						
Boerhaave	80	4.31									
De Valk	86	3.88									
		<u>4.49</u>		<u>4.94</u>		<u>4.73</u>		<u>5.31</u>			
Museumdorp Orvelte	86	4.08	De Noetselerberg	82	4.29	Openluchtmuseum	85	3.98	Rijks Rembrandt	69	5.15
			Hedendaagse Kunst	83	5.13	Openluchtmuseum	86	4.05	Stedelijk Grande Par	85a	5.59
Tropenmuseum	74a	4.89	Lijnbaan Experimente	74	4.76	Centraal Stal muse	85a	5.32	Noordbrabants Museum	88	5.21
Tropen Thailand	74b	4.94	Lijnbaan Autoband is	76	5.25	Centraal Stal muse	85b	5.30			
Vestingmuseum	84	4.63	Lijnbaancentrum	78	5.28	Speelklok-Pierement	88	3.79			
Museum ter Zijde	86	3.89				Catharijne Convent	81	5.38			
						Catharijneconvent	84	4.68			
						Catharijne Freiburg	87	4.38			
						Catharijneconvent	88	4.89			
						Stedelijk Museum	69a	4.70			
						Stedelijk Museum	69b	3.98			
						Stedelijk Brug Stuw	69c	4.53			
						Stedelijk Museum	78	6.05			
						Frans H De Hallen	70	5.11			
						Frans Hals	88	5.19			
						Goud en zilver	88	4.35			

GEMIDDELDE PUBLIEKSBEGELEIDING

GEMIDDELDE
PUBLIEKSBEGELEIDING

		<u>4.45</u>			<u>4.14</u>			<u>4.61</u>			<u>5.24</u>
Natuurmuseum	74	4.29	Speelgoed en blik	88	4.23	Eco Mare	87	4.42	Gron Mus Kwestie Kij	84	5.64
Geologie-Leiden	80	3.99	Zandenbos	76	3.88	Haags Den Haag werkt	84	4.60	Groninger Museum	88	4.94
t Meyhuis	79	5.14	Zandenbos	82	4.36	Oudheden-Leiden	80	4.66	t Loo	88	4.37
Mijnmuseum	88	4.40	Kunstkar	77	4.09	Oudheden-Leiden	85	5.09	Gemeente Mus Arnhem	83	5.33
						Boymans	70	4.93	Gem Arnhem Willink	84	5.26
						Zeeuws Museum	88	4.00	Gem Arnhem Romantiek	85	5.50
									Gemeente Mus Arnhem	86	5.50
									Rijksmuseum	74	4.58
									Rijksmuseum	75	4.75
									Rijks Wandelpapier	83b	5.31
									Rijksmuseum	86	5.53
									Rijks Landschap	87	4.92
									Stedelijk Museum	75	5.50
									Stedelijk Museum	80	5.86
									Stedelijk Wat Adam b	85b	5.61
									Haags Spiritual Arts	87	5.73
									Oudheden L Turkije	86b	5.15
									Oudheden-Leiden	88	4.63
									Boymans Symbolisme	75	5.32
									Boymans De Fiets	77	5.41
		<u>4.30</u>			<u>4.70</u>			<u>4.71</u>			<u>4.87</u>
Bijbels Museum	85	4.21	Volkenkundig Museum	88a	4.78	Zuiderzeemuseum	88	4.62	Drents Museum	81	4.47
Maritiem Museum	81	3.62	Volkenkundig Museum	88b	4.73	Volkenkunde Leiden	80	4.74	Drents Museum	82	4.66
Maritiem Museum	83	4.28	NINT	86a	5.28	Volkenkunde Leiden	81a	5.00	Drents Museum	88b	4.55
Volk Rdam Irokezen	79	4.67	NINT	86b	4.81	Volken L Mexico	81b	4.89	Rijks Queuen Nachtw	73	4.57
Volkenkunde Rdam	80a	4.31	Tropen Zuid oost Azi	85	5.16	Lakenhal	86	4.87	Rijks Lering vermaak	78	4.66
Volk Rdam Turks Kind	80b	4.37	Lakenhal	80	4.39	Lakenhal Niet gebouw	87	5.25	Tropen totem,goden	87	5.27
Volk Rdam Turks Kind	80c	4.39	Lakenhal	84	5.12	Maritiem Museum	88	3.49	Volken L Jaargetijdje	87a	5.13
Volk Rdam Islam	83	4.52	Dubbelde Palmboom	80	4.12	Jan Cunen Centrum	86	4.82	Boymans Nieuwe ingan	80a	5.51
			Maritiem Museum	80	3.95				Boymans Oude ingang	80b	5.04

TENSIEVE
BLIEKSBEGELEIDING

Indeling naar publieksbegeleiding en publiekswerving ontleend aan inventarisatie via vragenlijsten. Opleidingsscores gecorrigeerd voor stijging van opleiding van de Nederlandse bevolking.

06

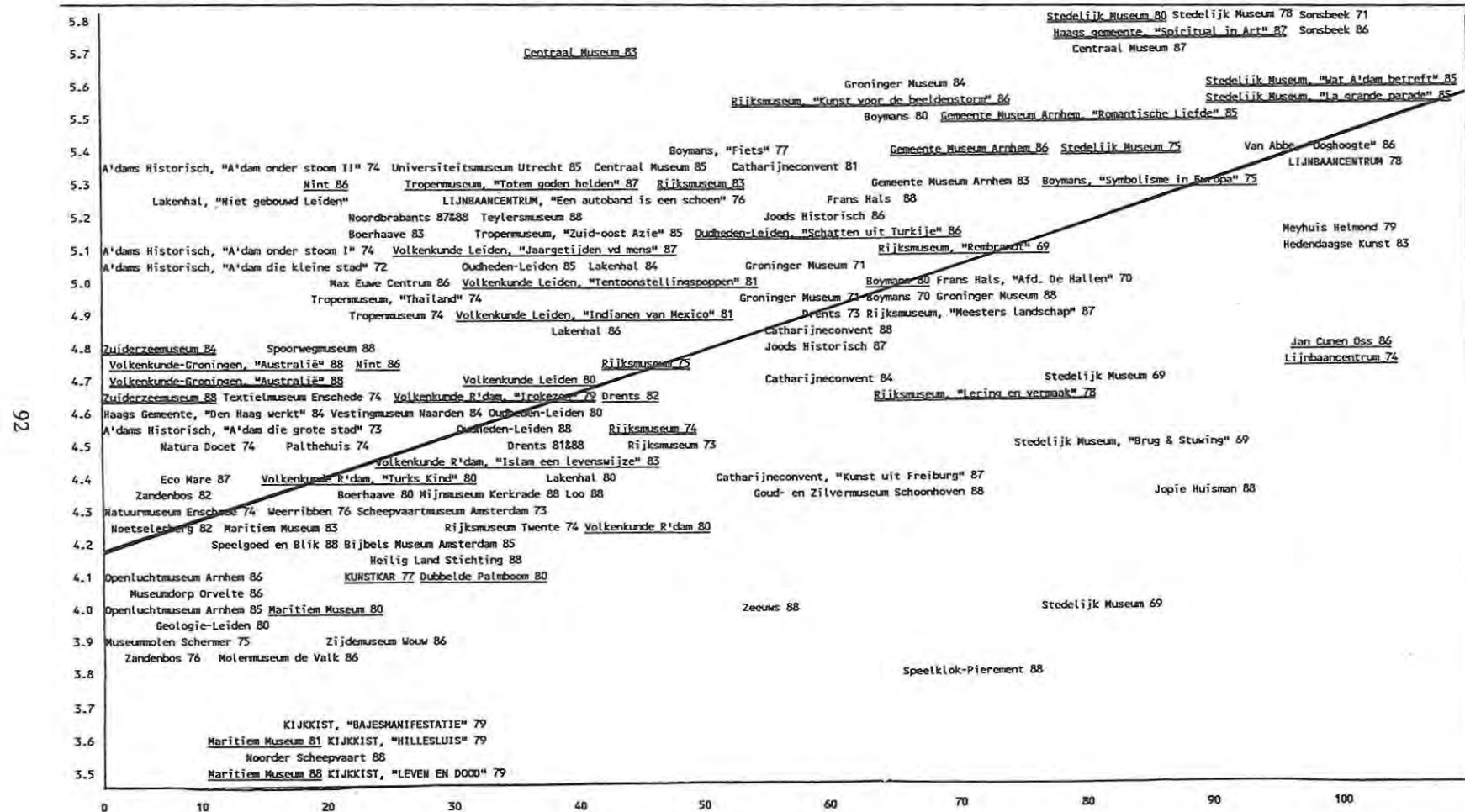
(wordt vervolgd)

91

INTENSIEVE
PUBLIEKSBEGELEIDING

Indeling naar publieksbegeleiding en publiekswerving ontleend aan beoordeling door museumexperts. Opleidingsscores gecorrigeerd voor stijging van opleiding van de Nederlandse bevolking en hogere opleiding in universiteitssteden.

Figuur 5.9: Gemiddeld opleidingsniveau van 128 museumpublieksgroepen (verticaal), naar toegankelijkheid van de opgestelde voorwerpen (horizontaal) met regressielijn.



Dubbel onderstreept: musea en tentoonstellingen met intensieve publiekswerving; enkel onderstreept: musea en tentoonstellingen met intensieve publieksbegeleiding;
HOOFDLETTERS: educatieve experimenten

Tabel 5.10: Verschillen in beroepsniveau tussen museumpublieksgroepen naar (A) toegankelijkheid van de opgestelde voorwerpen (B) toegepaste middelen van publieksbenadering, (C) prijs, (D) controlevariabelen (N=22)

	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
A. Toegankelijkheid						
TOEGANKELIJKHEID (BEOORDELING)	.207	.238	.280			
TOEGANKELIJKHEID (INVENTARISATIE)				.127~	.207~	.145~
B. Publieksbenadering						
PUBLIEKSWERVING (INVENTARISATIE)		-.035~			-.044~	
PUBLIEKSBEGELEIDING (INVENTARISATIE)		-.026~			-.065~	
C. Prijs						
EFFECTIEVE PRIJS			.207~			.112~
D. Controlevariabelen						
OPLEIDING	.363	.368	.305	.404	.400	.383
JAAR VAN ONDERZOEK	-.730	-.599	-.756	-.667	-.605	-.744
adj R ²	.742	.694	.703	.727	.673	.661

(Pairwise deletion of missing values.) ~: statistisch niet significant ($p > .10$). -: .05 < $p < .10$.

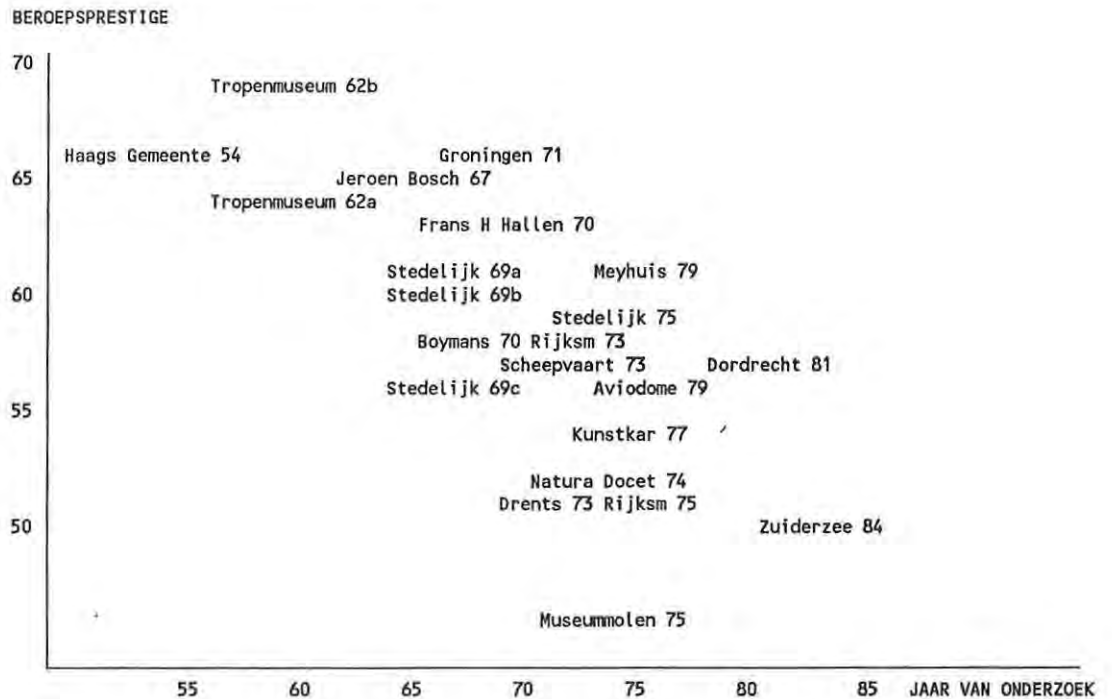
5.5. Analyse van het beroepsniveau

Het beroepsniveau van het publiek is het tweede kenmerk waarop we hoopten onze analyse te kunnen richten. We hebben op dit punt echter maar zeer weinig materiaal tot onze beschikking, namelijk 22 gevallen. Wel leidt dit tot opname van enige nieuwe musea in ons bestand, in het bijzonder ook het bijzonder oude (1954) onderzoek van Van der Hoek (1956) in het Gemeentemuseum Den Haag. Gemiddeld zijn de onderzoeken waarin naar het beroepsniveau gevraagd werd aanzienlijk ouder dan de doorsnee: het merendeel stamt uit de jaren '70 en een flinke groep uit de jaren '60. Dit duidt erop dat het in die tijd kennelijk gebruikelijk was de sociale status aan de hand van het beroep vast te stellen.

Een analyse van het beroepsniveau zou ook extra informatie kunnen leveren, doordat het beroepsniveau meer dan het opleidingsniveau indicatief is voor de sociaal-economische positie. Het is heel goed mogelijk en zelfs aannemelijk dat het opleidingsniveau van het museumpubliek is toegenomen, terwijl het beroepsniveau is gedaald. Dit zou erop kunnen duiden dat de financiële drempels in betekenis zijn afgenomen, terwijl de toegankelijkheid in termen van informatie- en sociale drempels hetzelfde is gebleven.

Het aantal van 22 publieksgroepen (waarbij voor een deel de overige gegevens ontbreken) is echter een grote belemmering voor een zinvolle statistische analyse. Enige regressievergelijkingen

Figuur 5.11: Beroepsniveau naar jaar van onderzoek (N=22)



zijn vermeld in Tabel 5.10. Er is echter één zeer opmerkelijk resultaat te melden: het beroepsniveau van de betrokken publieksgroepen is in de loop der jaren scherp afgenomen. Zelfs bij zo weinig eenheden is hier sprake van een sterk significant effect; het resultaat houdt ook stand als de toegankelijkheid van de opgestelde objecten constant houden. Deze ontwikkeling contrasteert met de ontwikkeling van het opleidingsniveau, ook als we naar dezelfde 22 publieksgroepen kijken (Figuur 5.11). Wat hier ook verder de oorzaak van is, het duidt erop dat de Nederlandse musea in de loop der jaren in tenminste één opzicht voor lagere statusgroepen toegankelijker zijn geworden. Een interpretatie hiervan in termen van het lager worden van de financiële drempels is alleszins mogelijk. Dit zou goed overeenkomen met de bevindingen in Hoofdstuk 2, die duiden op een afnemend belang van inkomen voor museumbezoek. In overeenstemming daarmee is ook dat het effect van de prijs -- overigens niet significant -- op het beroepsniveau groter is dan op het opleidingsniveau. De verschillende indicatoren van publieksbenadering doen er bij het beroepsniveau niets toe.

5.6. Conclusies en discussie

De heranalyse van publieksgegevens in dit hoofdstuk heeft geleid tot de volgende bevindingen:

- Museumpublieksgroepen vormen wat betreft sociale achtergrond een verre van homogeen geheel. Op een schaal van 1 tot 7 varieert het opleidingsniveau van de 137 in de periode 1967-1988 in Nederlandse musea en tentoonstellingen aangetroffen publieksgroepen tussen een half punt boven het gemiddelde van de Nederlandse bevolking en een heel punt onder het

maximum. Het beroepsniveau varieert navenant. Het opleidingsniveau varieert niet over de tijd, wanneer men rekening houdt met de verschuiving van het opleidingsniveau van de Nederlandse bevolking; het beroepsniveau van het museumpubliek daarentegen is, in verhouding tot dat van de Nederlandse bevolking, duidelijk gedaald.

- b. De verschillen in opleidingsniveaus tussen museumpublieksgroepen zijn zeer sterk verbonden aan de toegankelijkheid van de opgestelde objecten. Deze toegankelijkheid is op twee manieren in beeld gebracht, via inventarisatie van het genre objecten en via directe beoordeling. In beide gevallen resulteert een schaal tussen historische en natuurhistorische instellingen en musea / tentoonstellingen voor hedendaagse kunst, met een glijdende schaal daartussen. De verschillen in opleidingsniveaus tussen instellingen op de beide einden van de schaal zijn ongeveer 2.5 punt.
- c. Musea en tentoonstellingen met intensieve publieksbegeleiding (educatief werk) hebben een wat lager opgeleid publiek dan op basis van het gegeven niveau van toegankelijkheid van de objecten verwacht mag worden. Deze relatie is niet erg sterk, maar niettemin aanwezig. Sterker is het effect van de zogenaamde educatieve experimenten, waarbij de museumobjecten letterlijk naar het publiek is gebracht. Hier treft men vergelijkenderwijs inderdaad een lager opgeleid publiek.
- d. Musea en tentoonstellingen met een intensieve publiekswerving (public relations) hebben daarentegen een hoger opgeleid publiek dat op basis van het gegeven niveau van toegankelijkheid van informatie verwacht mocht worden. Dit is zelfs sterker dan het (opleidingsverlagend) effect van publieksbegeleiding.

De eerste drie conclusies komen overeen met eerder geformuleerde verwachtingen over publieksontwikkelingen. De vierde conclusie is onverwacht en moeilijker te interpreteren: waarom zouden musea en tentoonstellingen met een intensieve publiekswerving een hoger opgeleid publiek trekken? Eerder zou men verwachten dat intensieve publiekswerving ook publieksverbreding zou betekenen of op zijn hoogst de sociale samenstelling van het publiek onverlet zou laten. Niettemin is de relatie omgekeerd en bovendien significant aanwezig, hoe men publiekswerving ook operationaliseert. Laten we, alvorens over mogelijkheden tot verklaring te speculeren, nog aanstippen welke factoren niet verantwoordelijk kunnen zijn voor dit resultaat. Het ligt niet aan (a) het jaar van onderzoek, (b) de omvang van de musea, of (c) de aard van de betrokken voorwerpen. Men zou bijvoorbeeld kunnen veronderstellen dat in recentere jaren de publiekswerving is geïntensiveerd en tegelijkertijd het museumpubliek hoger opgeleid is geraakt; of dat grotere musea meer aan publiekswerving doen en ook een hoger opgeleid publiek trekken; of dat kunstmusea meer aan publiekswerving doen en tegelijkertijd een hoger opgeleid publiek trekken. Dit is op zichzelf allemaal waar (vergelijk de correlaties in Bijlage 5.5), maar de statistische analyse heeft de invloed van jaar van onderzoek, museumomvang en toegankelijkheid constant gehouden. Andere achterliggende factoren zijn moeilijk te bedenken.

Over blijven twee mogelijkheden: hoger opgeleiden komen inderdaad op de meer intensief gepresenteerde musea af, of musea met een hoger opgeleid publiek doen intensiever aan publiekswerving. Het valt niet goed in te zien waarom dit laatste het geval zou zijn. Rest daarom de mogelijkheid dat meer publiekswerving inderdaad tot meer hoger opgeleiden in het museum leidt. Denkbaar is in het bijzonder dat de gekozen kanalen voor publiekswerving (denk aan advertenties in kunstbijlagen en in opinieweekbladen, of direct mail) zich heel eenzijdig richten op hoger opgeleiden, en dat musea en tentoonstellingen die zich niet zo profileren het meer van toevallige bezoekers moeten hebben. Nadere aanwijzingen over de juistheid van deze veronderstellingen kunnen we niet echter niet leveren.

Hoofdstuk 6

SAMENVATTING EN CONCLUSIES

In het voorgaande is verslag gedaan van een heranalyse van gegevens over publieksontwikkelingen in de Nederlandse musea. Daarbij werd gebruikt gemaakt van reeds eerder verzameld onderzoeksmateriaal, aangevuld met nieuw bronnenmateriaal. In totaal bestonden de door ons gebruikte bronnen uit de volgende onderdelen:

- a. De door het Centraal Bureau voor de Statistiek ingezamelde cijfers van de Nederlandse musea. Deze geven een beeld van de ontwikkeling van het Nederlandse museumbestand en de totale belangstelling daarvoor onder de bevolking van Nederland en buitenlandse toeristen in de afgelopen decennia. Deze gegevens zijn door ons -- op basis van door het CBS verstrekte informatie -- nader opgesplitst naar jaar van onderzoek en genre museum.
- b. Gegevens zoals deze voortkomen uit door het Sociaal en Cultureel Planbureau periodiek ingestelde tijdsbestedingsonderzoeken onder de Nederlandse bevolking, waarin het al dan niet bezoeken van musea en de frequentie van museumbezoek voorkomt temidden van een groot aantal andere gegevens. Met behulp van deze gegevens kon de algemeen-sociale achtergrond van het Nederlandse museumpubliek worden belicht en konden eventuele veranderingen in de tijd worden vastgesteld.
- c. Gegevens over opvattingen en activiteiten van educatieve medewerkers van Nederlandse musea ten aanzien van publieksbenadering en publieksbegeleiding. Aan eerder verzamelde gegevens van tien jaar geleden werd door heronderoervraging een beeld van de opvattingen die in 1989 leven omtrent publieksbenadering toegevoegd.
- d. Gegevens over het publiek zoals aangetroffen in 142 musea en tentoonstellingen, afkomstig uit eerder gehouden publieksonderzoek. De kenmerken van de publieksgroepen, zoals deze naar voren komen uit de betreffende publieksonderzoeken werden gekoppeld aan gegevens over publieksbenadering zoals deze ten tijde van het onderzoek in het betreffende museum van kracht was; dit werd vastgesteld op basis van gesprekken met medewerkers van het museum die het museum ten tijde van het onderzoek goed kenden en op basis van beoordelingen door experts. Het kenmerk van deze publieksgroepen dat het meest werd belicht, was de gemiddelde opleiding van het betreffende publiek. De vraag was met name in welke mate deze gebonden is aan de aard van het museum en aan de investeringen in publieksbenadering.

De CBS-gegevens

Uit de CBS gegevens over museumbezoek in Nederland komt een overduidelijke stijgende trend naar voren. Sinds 1950 is de publieke belangstelling ongeveer vertienvoudigd. Leek deze stijging enige jaren terug nog te stagneren, in de laatste jaren heeft zij zich nog versneld doorgezet. Om deze stijging te kunnen verklaren, hebben we in eerste instantie onderzocht in hoeverre deze stijging ook steeds als 'echt' te beschouwen is, dan wel is terug te voeren op registratie-artefacten. De conclusie op dit punt is dat de geconstateerde stijging inderdaad grotendeels echt is. Het CBS blijkt een tamelijk restrictieve museumdefinitie te hanteren, waarin door het ICOM erkende categorieën als dierentuinen en plantentuinen zijn uitgesloten; deze definitie is ook door de jaren heen dezelfde gebleven. Slechts op enkele punten vonden we aanwijzingen dat er wat ruim

gerekend wordt bij de registratie. Dit betreft met name enige gevallen waar het CBS bij multifunctionele instellingen geen splitsing maakt tussen het museumgedeelte van een instelling en de rest. Aan de andere kant is er ook nog een aantal kleine musea die door het CBS niet geteld worden. Alles samen genomen spelen deze registratiekwesities slechts een beperkte rol: dit kan de stijging onmogelijk verklaren. Een beeld van werkelijke stijging van de belangstelling, met name onder de incidentele bezoekers, komt ook naar voren uit de periodiek gehouden landelijke bevolkingsonderzoeken.

De stijging van de publieke belangstelling is niet alleen echt, ze heeft ook over de gehele linie plaatsgevonden. Gedurende het gehele onderzoek hebben we de musea verdeeld in de kunstmusea en niet-kunstmusea. Onder deze laatste categorie behoren volkskundige, historische, musea voor bedrijf en techniek en volkenkundige musea. In al deze categorieën heeft een stijging van het publiek plaats gevonden, maar de stijging is sterker onder de niet-kunstmusea dan onder de kunstmusea. Ook blijkt dat het aantal niet-kunstmusea sneller toeneemt dan het aantal kunstmusea. Al met al verschuift het museumaanbod in de richting van een 'eenvoudiger' aanbod. Dat doet verwachten dat er ook sprake is van een cultuurspreidend effect.

Bevolkingsonderzoek

Bij het nader analyseren van bevolkingsonderzoek waren we beter in staat een licht te werpen op juist de vraag naar de cultuurspreidende consequenties van de groei van het museumpubliek. In een vergelijking tussen de sociale samenstelling tussen 1975 en 1985 aan de hand van Tijdsbestedingsonderzoeken bleek er echter niet veel sociale spreiding te zijn opgetreden. Wel kon worden vastgesteld dat er sprake was van een publieksverbreding in die zin dat een steeds groter deel van de bevolking tot de museumbezoekers is gaan behoren. De groei zit zowel in de incidentele als in de frequente bezoekers, maar bereikt daarom nog niet de groepen (met name lager opgeleiden) die traditioneel nauwelijks het museum bezoeken. Deze conclusie contrasteert met de eerdere bevinding dat de groei van het museumaanbod en het museumpubliek relatief het sterkst is geweest in de niet-kunstmusea, waarin meer lager-opgeleiden komen. We wijten dit verschil met name aan de globale vraagstelling in het bevolkingsonderzoek, waarbij geen nadere aanduiding van de aard van bezochte musea is opgenomen.

Herondervraging educatieve medewerkers

Uit de herinterviews met educatieve medewerkers blijkt dat van de drie hoofdstromingen in de publieksbegeleiding die tien jaar geleden werden onderscheiden de 'sociaal-emanipatorische' benadering grotendeels is verdwenen. In deze benadering vormden de objecten slechts een middelfunctie en werden maatschappelijke en bewustmakende doelstellingen nagestreefd. De 'thematische' benadering, waarbij de collectie een middel is om thema's uit het verzamelgebied over te brengen en de meer traditionele 'vakspecialistische' benadering, die uitsluitend de objecten wil toelichten, hebben zich gehandhaafd.

Publieksbegeleidende activiteiten zijn inmiddels in musea gemeengoed geworden. Daarbij is de aandacht van de educatieve medewerkers voor de kijkbegeleiding van de individuele bezoeker toegenomen ten koste van de directe begeleiding van groepsbezoekers. Rondleidingen worden vaak uitbesteed en de begeleiding van scholieren gebeurt nu veelal via informatievervalsing aan docenten. Aanzienlijk verminderd zijn de speciale educatieve thematentoonstellingen op het gebied van de kunst.

Naast begeleiding behoort ook werving tot de publieksgerichte taken van het museum. Door de musea wordt veel meer aan public relations en werving gedaan dan tien jaar geleden. In een aantal musea is een duidelijk samengaan van werving en begeleiding in één afdeling, maar veel educa-

tieve medewerkers blijven het zien als verschillende taken. Het is niet zo dat werving de publieksbegeleiding heeft verdrongen.

De toename van het museumpubliek wordt niet aan de publieksbegeleiding in engere zin toegeschreven. Publiciteit door en rond tentoonstellingen wordt in dat opzicht veel belangrijker geacht. In de meeste musea is sprake van een verzakelijking en van een commerciële aanpak. Bezoeksantallen zijn belangrijker geworden en veel musea stellen zich een verdere verhoging van die aantallen ten doel. Daarbij wordt vooral gestreefd naar meer herhalingsbezoek en het bewerken van de toeristenmarkt. Veel minder dan in de jaren '70 wordt getracht nieuwe groepen in termen van opleidingsniveau of sociaal-economische klasse het museum binnen te halen of om met deze groepen samen te werken.

Heranalyse publieksonderzoek

De heranalyse van de resultaten van eerder gehouden publieksonderzoek leverde een nauwkeurig beeld op van de relatie tussen de aard van de geboden opstelling en sociale achtergrond van het publiek. Op basis van een beschrijving van de aard van hun collectie werden de betrokken musea ingedeeld naar de toegankelijkheid van de getoonde objecten. Als het meest toegankelijk werden beoordeeld musea die een directe aansluiting bieden met alledaagse ervaringen van de Nederlandse bevolking. Te denken valt aan volkskundige musea als het museumdorp Orvelte, het Zuiderzeemuseum en het Openluchtmuseum. Het blijkt dat zulke musea een relatief laag opgeleid publiek trekken; niettemin is de gemiddelde opleiding van deze publieksgroepen nog steeds boven die van de Nederlandse bevolking. Tegenover deze eenvoudige volkskundige opstellingen staan aan het andere uiterste kunstmusea, in het bijzonder wanneer daar hedendaagse beeldende kunst wordt getoond. Zulke musea mogen zich in de belangstelling verheugen van een extreem hoog opgeleid publiek. De ontwikkeling van het opleidingsniveau van de onderzochte publieksgroepen loopt precies parallel met de ontwikkeling van het opleidingspeil van de Nederlandse bevolking, zodat niet van een verdere exclusivering kan worden gesproken.

De kernvraag van de heranalyse van publieksonderzoeken is evenwel niet de relatie tussen de aard van de collectie en de sociale achtergrond van het publiek, maar in hoeverre de publieksbenadering van de musea er nog wat toe heeft gedaan. Welke consequenties hebben de geschetste inspanningen op het terrein van educatie en public relations nu gehad? Zijn er musea die er beter in geslaagd zijn dan andere lager opgeleiden te bereiken door hun publieksbenadering?

De educatieve en public relations inspanningen van de musea zijn op verschillende manieren in beeld gebracht. Daarbij is gebruik gemaakt van zowel informatie verstrekt door museummedewerkers van de betreffende musea als van beoordeling door deskundigen. Het blijkt dat musea en tentoonstellingen met intensieve publieksbegeleiding (educatief werk) inderdaad een wat lager opgeleid publiek trekken dan op basis van het gegeven niveau van toegankelijkheid van de opstelling verwacht mag worden. Deze relatie is niet erg sterk, maar niettemin aanwezig. Sterker nog is het effect van de zogenaamde educatieve experimenten, waarbij de collectie letterlijk naar het publiek wordt gebracht. Hier treft men vergelijkenderwijs inderdaad een lager opgeleid publiek. Daarnaast blijkt dat musea en tentoonstellingen met een intensieve publiekswerving (public relations) daarentegen een hoger opgeleid publiek hebben dan op basis van het gegeven niveau van toegankelijkheid van de opstelling verwacht mocht worden. De meest aannemelijke verklaring die we voor dit laatste -- niet-verwachte -- resultaat hebben kunnen vinden, is dat musea hun intensieve publiekswerving vooral realiseren via publiciteitskanalen die hoger opgeleiden bereiken.

Geraadpleegde literatuur

- Bergh, Th. van den: "Marketing als strategisch wapen of samen de afgrond in. Educatie als onderdeel van de marketingstrategie." *Maandblad voor de Beeldende Vakken* (105-4), 1989: pp.6-9.
- Bettenhausen-Verbeij, A.G.M., "Hoe marginaal is het museum? Een onderzoek naar museumbezoekers en niet-bezoekers in Twente.", Z.U., Wassenaar, 1977.
- Beyers, A.M., e.a.: "In ons diaconale land. Opstellen over cultuurspreiding." Amsterdam: Boekmanstichting/Van Gennep, 1988.
- Bourdieu, P. & A. Darbel, "L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public (2e édition revue et augmentée)", Les Editions de Minuit, Paris, 1969 (or. 1966).
- Carasso, Dedalo, "Museumcijfers geven somber toekomstbeeld." *Museumvisie* (10-4), 1986, pp. 146-148.
- CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek), "Museum 1983; Eerste uitkomsten", *Sociaal-cultureel kwartaalbericht 1985*, (7-1), p.58-64.
- CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek), "Vijfentachtig jaar statistiek in tijdreeksen", Staatsuitgeverij (CBS-Publikaties), Den Haag, 1985.
- CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek), "Ontwikkelingen in de museumwereld. Uitkomsten museumenquête tot en met 1983.", Staatsuitgeverij (CBS-Publikaties), Den Haag, 1986.
- CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek): "Het jaar 1988 in cijfers", Voorburg/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek (Speciaal Nummer Statistisch Bulletin), 1988.
- Cramer, C.: "Creatieve activiteiten in het museum; een onderzoek naar de zelfwerkzaamheid van de bezoeker in het kunstmuseum." Ministerie van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk, Rijswijk, 1980.
- CRM (Ministerie van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk): "Naar een nieuw museumbeleid", TK 76/77 14290, nrs.1-2.
- Daamen, D. & F. Haanstra, "Het educatieve werk van de Nederlandse musea. Activiteiten, opvattingen en positie van educatieve medewerkers", Kohnstamm Instituut, Universiteit van Amsterdam, 1980.
- Derks, L. & E. van Megen, "Stal wordt museum, Centraal Museum onderzocht", Sociale en Organisatiepsychologie RUU, Utrecht, 1986.
- Eijnsbergen, Th.J. van, "Verkenkend onderzoek onder de musea van Nederland", Staatsuitgeverij, Den Haag, 1972.
- Eisner, E.W. en S.M. Dobbs, *The uncertain profession, observations on the State of Museum Education in Twenty American Art Museums*. Los Angeles, The Getty Center for Education in the Arts, 1986.
- Ganzeboom, H., "Beleving van monumenten 2", Sociologisch Instituut, Utrecht, 1983a.
- Ganzeboom, H., "Cultuurdeelname als verwerking van informatie en als verwerving van status", *Mens en Maatschappij*, 1983b.
- Ganzeboom, H., "Cultuur en informatieverwerking. Een empirisch-theoretisch onderzoek naar cultuurdeelname en esthetische waardering van architectuur.", Dissertatie, Rijksuniversiteit Utrecht, 1984.

Ganzeboom, H. "Historische ontwikkelingen in deelname aan culturele activiteiten", **Jaarboek voor Marktonderzoekers**, 1984.

Ganzeboom, H., "Cultuurdeelname in Nederland", Van Gorcum, Assen, 1989 (te verschijnen).

Goudriaan, R., "De prijselasticiteiten van het museumbezoek", In: **Rapport Werkgroep Privatisering Podiumkunsten en Rijksmusea**, SCP/WVC, 1984.

Goudriaan, R., "Musea, een prijs waard?", Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-Cahier-4b), Rijswijk, 1985.

Haanstra, F., "De evaluatie van een educatieve tentoonstelling." Amsterdam, Kohnstamm Instituut, 1979.

Haanstra, F. & B. Holman; "Hoe musea hun publiek begeleiden. Samenvatting van drie onderzoeken naar het educatieve werk van Nederlandse musea", Staatsuitgeverij, Den Haag, 1980.

Hoek, G. van der, "Bezoekers bekeken", Mededelingen Gemeentemuseum Den Haag (11-2), 1956.

Holman, B., "Opvattingen over het educatieve werk van musea. Analyse van een twintigtal interviews.", Kohnstamm Instituut, Amsterdam, 1980.

Inter/view, "Musement gemeten. Een onderzoek bij bezoekers van Musement en bij een landelijke steekproef", Ministerie van CRM, Rijswijk, 1969.

IQ (Intomart Qualitatief), "Onderzoek cultuurhistorische collecties." Nederlandse Museumvereniging, Amsterdam, 1988.

IQ (Intomart Qualitatief), Nederland Museumland 1988, Hilversum, maart 1989.

Jongejans, Ch., F. Jongbloed en M. Elbers, "Om een lang verhaal kort te maken, schrijven en vormgeven van teksten voor het museum." Veenendaal, Gaade Uitgevers, 1988.

Jong, A. de & H. Reedijk, "Educatieve netwerken, een bedreiging voor de musea?", **Museumjournaal** (25-3), 1980, p.114-118.

Jonkers, T. "Musea 1986", Centraal Bureau voor de Statistiek (Sociaal-Culturele Berichten 88-4), Voorburg, 1988.

Jonkers, T., "Cultuurparticipatie door de Nederlandse bevolking." Centraal Bureau voor de Statistiek (Sociaal-Culturele Berichten 88-10), Voorburg, 1988.

Jonkers, T. & C. van Reijn, "Cultuurparticipatie door de bevolking; Uitkomsten Aanvullend voorzieningengebruik Onderzoeken 1979, 1983 en 1987." Centraal Bureau voor de Statistiek (Sociaal-Culturele Berichten 89-2), Voorburg, 1989.

Klaassen, I. & C. Jol, "Aanvullend Voorzieningengebruik Onderzoek 1987. Kerncijfers." **Sociaal-Culturele Berichten** (88-2), Centraal Bureau voor de Statistiek, Voorburg, 1988.

Knulst, W.P., "Vermanen, verheffen en verdelen - een sociologische beschouwing over cultuurpolitiek en publieksbeleid in Nederland in de laatste honderd jaar." In: "Tien jaar ontwikkeling van het toneel - feiten en cijfers, cultuurpolitieke achtergronden", Instituut voor Marktonderzoek, 1980; pp. 53-78.

Knulst, W.P., "Sociale cultuurspreiding: voorgeschiedenis, uitwerking en resultaten van een ideaal", In: H. van Maanen (Red.), "Kunstbeleid", Taakgroep Theaterwetenschap Rijksuniversiteit, Groningen, 1985; pp. 78-97.

Knulst, W.P., "Van vaudeville tot video", Sociaal en Cultureel Planbureau (Sociale en Culturele Studies - 12), Rijswijk, 1989.

- Lakerveld, C. van, e.a.: "Educatief werk in de Nederlandse museums. Een onderzoek in opdracht van de 'Werkgroep van educatieve diensten van museums in Nederland'". Amsterdam, 1970.
- Maurits, Henk, "Het museum ter discussie.", *Museumvisie* (10-4), 1986, pp. 149-151.
- Miles, M.B. & A.M. Huberman, "Qualitative Data Analysis. A sourcebook of new methods.", Sage Publications, Beverly Hills, 1984.
- MJK (Stichting Museumjaarkaart): "Nederland Museumland 1989, Gids langs meer dan 800 Nederlandse musea en tentoonstellingsagenda's", Wormerveer, 1988.
- NMV (Nederlandse Museumvereniging), "Commentaar op de nota 'Naar een nieuw museumbeleid', *Museumvisie* (1-1), 1977, pp. 3-5.
- Overduin, H., "Voermannen, gastvrouwen en educatoren. De geschiedenis van het educatieve werk in Nederlandse musea." Leiden, Reinwardt Academie (Reinwardt Cahiers #3), z.j.[1983].
- Overduin, Henk, "Het museum als obsessie", Amsterdam, AHA Books, 1988.
- Regouin, M., M. Bedaux-de Jonge & H. Overduin, "Met de Kunstkar vooruit", Boekmanstichting, Amsterdam, 1977.
- Rook, G.J. de, "Het museum als speelbal op de golven van het politiek-economische krachtenveld." *Metropolis M* (8-5/6), 1987, pp. 8-15.
- SCP (Sociaal en Cultureel Planbureau), "Sociaal en cultureel rapport 1980", Staatsuitgeverij, Den Haag, 1980.
- Stoppelenburg, P.A., "Achtergronden van niet-deelname aan cultuur en recreatie", Instituut voor Arbeidsvraagstukken, Tilburg, 1979.
- Sixma, H. & W.C. Ultee, "Een beroepsprestigeschaal voor Nederland in de jaren tachtig", *Mens en Maatschappij* (58-4), 1983, pp. 360-382.
- Vaessen, J.A.M.F., "Musea in een museale cultuur. De problematische legitimering van het kunstmuseum." Kerkebosch, Zeist, 1986.
- Veenstra, R., "Opvattingen van de nieuwe generatie educatieve medewerkers", Doctoraal scriptie, Rijksuniversiteit Groningen, 1989.
- Vermeulen, M., "Hoe publieksgericht is het museum?". Reinwardt Academie (Reinwardt Cahier 1), Leiden, 1981.
- Welters, L.A., "Het Lijnbaancentrum. Experimentele exposities.", Boekmanstichting (Voetzoeker-19), Amsterdam, 1975.
- Willink, Joost, "Van vorming naar werving. De verschuiving van educatie naar public relations." *Metropolis M* (8-5/6), 1987, pp. 67-78.

Bijlage 4.1: Educatieve medewerkers geïnterviewd in 1979 en 1989

1979:

H. Blotkamp, Het Centraal Museum, Utrecht
J. Brakke, Provinciaal Museum van Drenthe, Assen
Y. Cornelis, Museum voor Land- en Volkenkunde, Rotterdam
F.J. Duparc, Koninklijk Kabinet van Schilderijen 'Mauritshuis', Den Haag
D. van Golberdinge, Commanderie van Sint-Jan, Nijmegen
A. Goud, Het Museum voor het Onderwijs, Den Haag
M. Groentjes, Culturele Raad voor Noord-Holland, Velsen
T. van Grootheest, Stedelijk Museum, Amsterdam
M. Hilckmann, Het Veluws Museum voor Oudheden, Harderwijk
G. van der Hoek, Het Rijksmuseum, Amsterdam
J.M. Stikvoort en J.H. Jager Gerlings, Rijksmuseum voor Volkskunde 'Het Nederlands Openluchtmuseum', Arnhem
M. Janse, Museum Boymans van Beuningen, Rotterdam
P. Janssen, Gemeentemuseum Arnhem
J.P. Kok, Het Gemeentelijk Natuurhistorisch Streekmuseum, Terschelling
L. van Leeuwen en U. de Boer, Rijksmuseum Vincent van Gogh, Amsterdam
M. de Niet-Van Bebbber, Het Bureau Kunstzinnige Vorming, Delft
H. Overduin, Het Haags Gemeentemuseum, Den Haag
H.C. van Straaten, Het Evoluon, Eindhoven
F. Valk, Lijnbaancentrum, Rotterdam
L. Wagenaar, Amsterdams Historisch Museum, Amsterdam
G. van Wengen, Het Rijksmuseum voor Volkenkunde, Leiden

1989:

H. Schopping, Het Centraal Museum, Utrecht
J. Brakke, Het Drents museum, Assen(*)
P. Faber, Museum voor Volkenkunde, Rotterdam
R. van Leeuwen, Koninklijk Kabinet van Schilderijen 'Mauritshuis', Den Haag
D. van Golberdinge, Nijmeegs Museum 'Commanderie van Sint-Jan', Nijmegen(*)
A. Goud, Museon in Den Haag(*)
M. Groentjes(*) en K. Kikkert, Culturele Raad voor Noord-Holland, Velsen
M. Bertheux, Stedelijk Museum, Amsterdam
M. Hilckmann(*), Het Veluws Museum voor Oudheden, Harderwijk
G. van der Hoek(*), Het Rijksmuseum Amsterdam
A. van de Sande en M. den Braven, Rijksmuseum voor Volkskunde 'Het Nederlands Openluchtmuseum', Arnhem
E. Beenker, Museum Boymans van Beuningen, Rotterdam
Th. van den Bergh, Gemeentemuseum Arnhem
J.P. Kok(*), Het Centrum voor Natuur en Landschap Terschelling
L. van Tilborgh, Rijksmuseum Vincent van Gogh, Amsterdam
M. van Bebbber(*), Buro Kunstzinnige Vorming, Delft
N. Jonker, Het Haags Gemeentemuseum, Den Haag
H. Hiddingh, Het Noorder Dierenpark in Emmen
F. Valk(*), Rotterdam
L. Wagenaar(*), Het Amsterdams Historisch Museum
G. van Wengen(*), Het Rijksmuseum voor Volkenkunde, Leiden

(*) Op beide tijdstippen ondervraagd.

Bijlage 5.1: Belangrijkste kenmerken museumpublieksgroepen

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)	(l)
<u>Friesland</u>											
FR057	88	56	4.34	27	90	72	15	00	4	Jopie Huisman	
<u>Groningen</u>											
GR008a	71	313	5.08	44	58	65	47	39	4	Groninger Museum	
GR008b	71	253	5.04	70	44	58	65	47	39	4	Groninger Museum
GR008	84	54	5.65	44	66	65	71	39	60	Groninger Museum	
GR008	88	52	4.94	44	66	65	84	39	60	Groninger Museum	
GR010	88	44	3.51	17	19	38	31	34	20	Noorder Scheepvaart	
GR012a	88	227	4.78	39	8	42	49	52	96	Volkenkunde-Groningen, "Australië"	
GR012b	88	95	4.73	39	8	42	49	52	96	Volkenkunde-Groningen, "Australië"	
<u>Drenthe</u>											
DR002	73	296	4.84	54	21	60	63	19	82	8	Drents
DR002	81	434	4.47	21	35	63	84	82	83	Drents	
DR002	82	358	4.66	21	35	63	84	82	83	Drents	
DR002b	88	55	4.55	21	35	63	89	82	83	Drents	
DR023	86	420	4.08	00	8	48	28	63	46	Museumdorp Orvelte	
<u>Overijssel</u>											
OV012	74	1007	4.52	55	31	10	18	10	69	23	Natura Docet
OV016	88	56	4.23	4	16	62	39	26	62	Speelgoed en Blik	
OV019	74	544	4.29	41	00	18	18	69	53	Natuurmuseum Enschede	
OV021	74	447	4.36	63	35	36	65	17	27	Rijksmuseum Twente	
OV022	74	460	4.64	21	10	52	52			Textielmuseum Enschede	
OV047	82	361	4.29	19	1	36	52		41	Noetselerberg	
OV048	74	393	4.51	39	20	24	34	40	4	Palthehuis	
OV054	76	132	4.36	14	20	4	10	34	18	Weerribben	
<u>Gelderland</u>											
GL008	88	59	4.37	40	42	60	73	34	55	Loo	
GL012	83	535	5.34	61	71	67	75	38	55	Gemeente Museum Arnhem	
GL012	84	1053	5.27	61	95	73	90	52	62	Gemeente Museum Arnhem, "Willink"	
GL012	85	142	5.51	61	78	63	92	66	65	Gemeente Museum Arnhem, "Romantische Liefde"	
GL012	86	368	5.50	61	71	67	75	38	55	Gemeente Museum Arnhem	
GL016	85	1020	3.99	1	00	68	55	56	48	Openluchtmuseum Arnhem	
GL016	86	321	4.05	1	00	68	60	56	48	Openluchtmuseum Arnhem	
GL062	88	57	4.32	29	29	43	23	60	18	Heilig Land Stichting	
GL086	76	165	3.88	29	7	4	38	34	55	Zandenbos	
GL086	82	369	4.36	29	7	4	38	34	55	Zandenbos	
GL118	71	433	5.94	96	100	84	46			Sonsbeek	
GL118	86	399	5.78	87	100	77	46			Sonsbeek	
<u>Utrecht</u>											
UT033	83	94	5.70	68	42	70	57	62	25	Centraal Museum	
UT033a	85	100	5.33	64	42	70	49	62	37	Centraal Museum	
UT033b	85	100	5.31	68	42	70	49	62	37	Centraal Museum	
UT033	87	465	5.72	68	85	76	72	60	22	Centraal Museum	
UT036	83	87	5.14	93	100	49	42	39	46	Hedendaagse Kunst	
UT042	88	58	3.79	16	71	61	50	43	39	Speelklok-Pierement	
UT043	88	440	4.80	8	20	66	31	59	9	Spoorwegmuseum	
UT045	81	300	5.38	69	61	51	50	55	32	Catharijneconvent	
UT045	84	302	4.69	69	61	51	50	55	32	Catharijneconvent	
UT045	87	60	4.38	69	60	21	59		33	Catharijneconvent, "Kunst uit Freiburg"	
UT045	88	58	4.89	69	61	51	50	55	32	Catharijneconvent	
UT046	85	495	5.33	73	25	28	42	21	20	Universiteitsmuseum Utrecht	
<u>Noord-Holland</u>											
NH008	72	150	5.08	42	00	62	37	86	13	A'dams Historisch, "A'dam die kleine stad"	
NH008	73	142	4.59	34	00	68	45	79	13	A'dams Historisch, "A'dam die grote stad"	
NH008a	74	157	5.10	32	00	60	37	78	13	A'dams Historisch, "A'dam onder stoom I"	
NH008b	74	51	5.37	34	00	60	37	78	13	A'dams Historisch, "A'dam onder stoom II"	
NH011	85	400	4.22	56	24	42	26	47	88	Bijbels Museum Amsterdam	
NH021	86	290	5.17	46	61	70	44	73	9	Joods Historisch	
NH021	87	412	4.82	46	61	70	49	73	18	Joods Historisch	

Bijlage 5.1 (vervolg): Belangrijkste kenmerken museumpublieksgroepen

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)	(l)
NH024	86	31	5.07	28	25	18	15	34	15	Max Euwe Centrum Amsterdam	
NH035	73	100	4.37	60	18	25	50	13	38	13	Scheepvaartmuseum Amsterdam
NH039	69	1400	5.15	68	70	79	84	48	47	Rijksmuseum, "Rembrandt"	
NH039	73	343	4.58	60	68	46	87	77	45	71	Rijksmuseum
NH039	74	76	4.58	68	46	87	74	45	66	Rijksmuseum	
NH039	75	106	4.75	55	68	46	87	77	45	66	Rijksmuseum
NH039	78	150	4.67	68	70	74	84	62	74	Rijksmuseum, "Lering en vermaak"	
NH039b	83	325	5.32	75	46	87	72	45	67	Rijksmuseum	
NH039	86	5.53	68	60	88	84	56	68	Rijksmuseum, "Kunst voor de beeldenstorm"		
NH039	87	200	4.92	68	70	74	84	73	68	Rijksmuseum, "Meesters landschap"	
NH043a	69	447	4.70	65	89	82	89	63	38	44	Stedelijk Museum
NH043b	69	74	3.98	64	94	82	89	63	38	44	Stedelijk Museum
NH043c	69	181	4.53	59	93	82	89	63	38	44	Stedelijk Museum, "Brug & Stuwijng"
NH043	75	146	5.50	62	93	82	89	76	38	55	Stedelijk Museum
NH043	78	90	6.06	93	82	89	54	38	44	Stedelijk Museum	
NH043	80	209	5.86	93	82	89	73	38	55	Stedelijk Museum	
NH043a	85	143	5.60	89	100	99	92	31	40	Stedelijk Museum, "La grande parade"	
NH043b	85	345	5.62	94	100	77	89	28	54	Stedelijk Museum, "Wat A'dam betreft"	
NH044a	86	75	5.28	68	20	47	47	78	90	NINT	
NH044b	86	99	4.81	68	20	47	47	78	90	NINT	
NH046a	62	9034	67	50	64	84	5	99	00	Tropenmuseum	
NH046b	62	379	72	57	64	84	5	99	00	Tropenmuseum	
NH046a	74	263	4.89	50	25	84	18	99	36	Tropenmuseum	
NH046b	74	99	4.94	57	25	60	18	69	36	Tropenmuseum, "Thailand"	
NH046	85	199	5.17	43	40	50	43	86	75	Tropenmuseum, "Zuid-oost Azie"	
NH046	87	360	5.27	43	38	93	79	82	80	Tropenmuseum, "Totem goden helden"	
NH068b	84	4.81	51	6	00	75	52	76	27	Zuiderzeemuseum	
NH068	88	56	4.62	6	00	75	67	76	71	Zuiderzeemuseum	
NH069	70	214	5.11	66	90	74	60	59	39	28	Frans Hals, "Afd. De Hallen"
NH069	88	57	5.19	90	64	67	63	52	51	Frans Hals	
NH072	88	57	5.21	50	36	49	68	34	20	Teylersmuseum	
NH102	84	200	4.64	20	18	30	23	34	41	Vestingmuseum	
NH110	75	144	3.90	47	9	00	2	00	34	12	Museummolen
NH111	79	198	58	24	18	35	21	40	51	Aviodome	
NH114	87	883	4.42	12	9	20	50	86	60	Eco Mare	
Zuid-Holland											
ZH017	81	1054	57	75	70	51	76	48	48	Dordrechts	
ZH028b	54	777	72	71	69	52	Haags Gemeente				
ZH028	84	70	4.61	71	00	49	49	92	63	Haags Gemeente, "Den Haag werkt"	
ZH028	87	282	5.73	00	91	94	78	60	60	Haags Gemeente, "Spiritual in Arts"	
ZH064	80	100	4.31	52	24	28	23	34	23	Boerhaave	
ZH064	83	101	5.15	52	25	39	38	26	23	Boerhaave	
ZH069	80	100	3.99	68	10	28	23	47	62	Geologie-Leiden	
ZH071	80	100	4.66	49	35	68	52	34	62	Oudheden-Leiden	
ZH071	85	94	5.10	49	35	68	65	34	67	Oudheden-Leiden	
ZH071b	86	509	5.15	49	57	91	78	34	66	Oudheden-Leiden, "Schatten uit Turkije"	
ZH071	88	53	4.63	49	35	68	78	34	67	Oudheden-Leiden	
ZH072	80	100	4.74	48	36	58	50	73	83	Volkenkunde Leiden	
ZH072a	81	88	5.00	51	36	58	50	73	79	Volkenkunde Leiden, "Tentoonstellingspoppen"	
ZH072b	81	300	4.89	49	35	55	59	60	80	Volkenkunde Leiden, "Indianen van Mexico"	
ZH072a	87	143	5.13	49	35	69	72	73	71	Volkenkunde Leiden, "Jaargetijden vd mens"	
ZH073	80	100	4.39	63	41	47	36	45	74	Lakenhal	
ZH073	84	104	5.13	63	41	47	39	45	74	Lakenhal	
ZH073	86	917	4.87	63	41	47	50	45	74	Lakenhal	
ZH073	87	112	5.25	63	10	41	54	63	72	Lakenhal, "Niet gebouwd Leiden"	
ZH074	86	789	3.88	9	17	28	7	30	18	Molermuseum de Valk	
ZH101	80	535	4.12	9	30	51	39	93	71	Dubbelde Palmboom	
ZH104	80	572	3.95	25	15	73	39	95	95	Maritiem Museum	
ZH104	81	443	3.62	25	15	73	23	95	95	Maritiem Museum	
ZH104	83	260	4.29	25	15	73	23	95	95	Maritiem Museum	
ZH104	88	74	3.49	25	17	73	65	95	99	Maritiem Museum	
ZH106	70	513	4.93	60	81	65	87	69	34	62	Boymans
ZH106	75	440	5.32	81	81	75100	34	61	Boymans, "Symbolisme in Europa"		
ZH106	77	300	5.42	81	51	82100	34	64	Boymans, "Fiets"		

Bijlage 5.1 (vervolg): Belangrijkste kenmerken museumpublieksgroepen

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)	(l)
ZH106a	80	579	5.51	87	65	87	84	34	71	Boymans	
ZH106b	80	561	5.04	28	65	87	88	34	71	Boymans	
ZH109	79	499	4.68	45	32	46	28	92	75	Volkenkunde R'dam, "Irokezen"	
ZH109a	80	778	4.31	48	35	63	15	86	74	Volkenkunde R'dam	
ZH109b	80	582	4.37	32	20	72	28	91	72	Volkenkunde R'dam, "Turks Kind (I)"	
ZH109c	80	274	4.39	49	20	72	28	91	72	Volkenkunde R'dam, "Turks Kind (II)"	
ZH109	83	207	4.53	45	35	50	27	95	77	Volkenkunde R'dam, "Islam een levenswijze"	
ZH121	88	55	4.35	35	66	32	52	28	34	Goud- en Zilvermuseum Schoonhoven	
ZH138	77	157	4.10	56	5	25	65	46	82	Kunstkar	
ZH139	80	100	4.04	22		26	41			Legermuseum	
ZH140	80	77	5.15	34		20	28			De Waag Leiden, "Zilveren Camera"	
ZH140	82	392	4.61	46	28	24	47	17	18	De Waag Leiden, "Bodemonderzoek"	
ZH141a	79	120	3.66	34	25	42	69			Kijkkist, "Bajesmanifestatie"	
ZH141b	79	106	3.59	11	25	30	69			Kijkkist, "Hillesluis"	
ZH141c	79	74	3.53	30	25	52	78			Kijkkist, "Leven en Dood"	
ZH142	74	1465	4.76	68	100	58	44	86	44	Lijnbaancentrum	
ZH142	76	363	5.25	39	41	46	48	69	45	Lijnbaancentrum, "Een autoband is een schoen"	
ZH142	78	1178	5.29	40	100	67	44	76	44	Lijnbaancentrum	
<u>Zeeland</u>											
ZL014	88	56	4.00	53	55	34	52	34	53	Zeeuws Museum	
<u>Noord-Brabant</u>											
NB023	86	400	5.47	91	99	76	68	34	27	Van Abbe, "Ooghoogte"	
NB041	88	57	5.21	64	25	61	84	27	39	Noordbrabants	
NB057	86	106	4.82	84	100	55	57	86	85	Jan Cunen Oss	
NB086	86	250	3.89	39	25	4	34	34	30	Zijdemuseum Wouw	
NB041	67	865	5.57	70	78	65	23			"Jeroen Bosch"	
NB090	79	503	5.15	62	90	100	23	30	34	Meyhuis Helmond	
<u>Limburg</u>											
LB018	88	40	4.40	18	27	35	31	52	65	Mijnmuseum Kerkrade	
LB057	87	1562	3.46	20						Sterrenwacht Schrieversheide	

(a) Aanduiding museum volgens 'Nederland Museumland' (MJK, 1988).

(b) Jaar van onderzoek.

(c) Aantal ondervraagden

(d) Opleiding 1988

(e) Beroep 1988

(f) Toegankelijkheid volgens beoordeling

(g) Toegankelijkheid volgens inventarisatie

(h) Publiekswerving volgens beoordeling

(i) Publiekswerving volgens inventarisatie

(j) Publieksbegeleiding volgens beoordeling

(k) Publieksbegeleiding volgens inventarisatie

(l) Nadere omschrijving museum / tentoonstelling

Bijlage 5.2: Inventarisatie van bestaand museumpublieksonderzoek

<u>plaats, museum, titel</u>	<u>jaar onderzoek</u>	<u>auteurs, jaar publicatie</u>
Alkmaar, Kaasmuseum	1983	T. Koppes e.a., 1983
Amsterdam, Bijbels Museum	1985	L. Bogtstra, 1985
Amsterdam, Van Goghmuseum	1975	Intomart, 1975
Amsterdam, Historisch Museum	1972	T. Bierlaagh e.a., 1972
Amsterdam, Historisch Museum "Amsterdam die kleine stad"	1972	H. Duin e.a., 1973
Amsterdam, Historisch Museum "Amsterdam die grote stad"	1973	A. Hallie e.a., 1973
Amsterdam, Historisch Museum, "Amsterdam onder Stoom (I)"	1974	W. Hagedoren e.a., 1975
Amsterdam, Historisch Museum, "Amsterdam onder Stoom (II)"	1974	K. Slooten e.a., 1974
Amsterdam, Joods Historisch Museum	1986	H. v. Heusden, 1987
Amsterdam, Joods Historisch Museum	1987	I.M.A. v. Beurden & M. Ploemacher, 1987
Amsterdam, Kindermuseum TM Junior	1987	M. v.d. Klooster e.a., 1988
Amsterdam, Madame Tussaud	1986	medewerkers, 1986
Amsterdam, Rijksmuseum, "Rembrandttentoonstelling"	1969	CRM, 1970
Amsterdam, Rijksmuseum, "Queuen voor de Nachtwacht"	1973	O. Valkman, 1976
Amsterdam, Rijksmuseum	1975	Rijksuniversiteit Groningen, 1975
Amsterdam, Rijksmuseum, "Tot Lering en Vermaak"	1978	I. Smit & E. Temme, 1979
Amsterdam, Rijksmuseum, "Het vaderlands gevoel"	1979	A. Visser & E. Temme, 1979
Amsterdam, Rijksmuseum, "'t Wandelpapier"	1983	J. Sas & L. Derks, 1984
Amsterdam, Rijksmuseum, "Kunst voor de Beeldenstorm"	1986	A. Cavallaro, L. Derks & E.T. Puts, 1987
Amsterdam, Rijksmuseum "Meesters van het landschap"	1987	L. Puts (e.a.), 1988
Amsterdam, Scheepvaartmuseum	1973	medewerkers, 1973
Amsterdam, Scheepvaartmuseum, "'t Kromhout" museumwerf	1986	E.J. Huijboom, P.J.M. Kamsma, M.L.M. Smit, 1986
Amsterdam, Stedelijk Museum "april"	1969	Intomart, 1969; L.A. Welters, 1975
Amsterdam, Stedelijk Museum "augustus"	1969	Intomart, 1969; L.A. Welters, 1975

Bijlage 5.2 (vervolg): Inventarisatie van bestaand museumpublieksonderzoek

<u>plaats, museum, titel</u>	<u>jaar onderzoek</u>	<u>auteurs, jaar publicatie</u>
Amsterdam, Stedelijk Museum "De Brug & Stuwijng"	1969	Intomart, 1969; L.A. Welters, 1975
Amsterdam, Stedelijk Museum	1975	Rijksuniversiteit Groningen, 1975
Amsterdam, Stedelijk Museum	1979	H. de Roij, 1979
Amsterdam, Stedelijk Museum	1980	G. Dijkman & R. Oppenhuizen, 1980
Amsterdam, Stedelijk Museum	1982	Intomart Qualitatief, 1982
Amsterdam, Stedelijk Museum, "La Grande Parade"	1985	E. van Megen e.a., 1985
Amsterdam, Stedelijk Museum "Wat Amsterdam betreft"	1986	A. Cavallaro & E.T. Puts, 1985
Amsterdam, Technologie Museum NINT	1986	Stichting voor Markt-onderzoek, 1987
Amsterdam, Tropenmuseum	1962	C. Varkevisser & E. van der Zee, 1963
Amsterdam, Tropenmuseum "Museumbezoekers en de derde wereld"	1973	C. Doerbecker, 1973
Amsterdam, Tropenmuseum, "Thailand-tentoonstelling"	1974	D. Boukema, 1976
Amsterdam, Tropenmuseum,	1985	D. Damen & M. Jantzen, 1986
Amsterdam, Tropenmuseum	1986	S. Hulsman, 1986
Amsterdam, Tropenmuseum, "Totem, goden, helden en heiligen"	1987	C. Maris-Molen, 1987
Amsterdam, Uitmarkt	1978	R. van Zelst & J. Holvast, 1978
Apeldoorn, Rijksmuseum Het Loo	1988	Intomart, 1989
Arnhem, Gemeentemuseum	1983	Gemeente Arnhem, 1985
Arnhem, Gemeentemuseum, "Terugblik op Willink"	1984	J. de Vries, 1985
Arnhem, Gemeentemuseum, "Romantische liefde"	1985	Gemeente Arnhem 1985
Arnhem, Gemeentemuseum,	1986	J. Roffelsen, 1988
Arnhem, Openluchtmuseum	1985	J. de Vries & T. Oudenhuijsen, 1985
Arnhem, Openluchtmuseum,	1986	J. Roffelsen, 1988
Arnhem, Sonsbeek	1971	O. Valkman, 1971; L.A. Welters, 1975
Arnhem, Sonsbeek	1986	J. Roffelsen, 1988
Assen, Drents Museum	1973	J. van Os/Stichting Opbouw Drenthe, 1973

Bijlage 5.2 (vervolg): Inventarisatie van bestaand museumpublieksonderzoek

<u>plaats, museum, titel</u>	<u>jaar onderzoek</u>	<u>auteurs, jaar publicatie</u>
Assen, Drents Museum	1982	Bouwman-Heeger, 1982
Assen, Drents museum	1988	P.J. van Hensbergen, 1988
Assen, Drents Museum	1988	Intomart, 1989
Barger Compascuum (Dr), Veenmuseum 't Aole Compas	1979	Reclame Adviesburo Meppel, 1980
Broek op Langedijk, Broeker Veiling	1987	Stichting Broeker Veiling, 1987
Delft, Legermuseum	1986	medewerkers, 1986
Den Bosch, Noortbrabants Museum, "Jeroen Bosch tentoonstelling"	1967	medewerkers, 1967
Den Bosch, Noordbrabants Museum	1988	Intomart, 1989
Denekamp, Natura Docet	1974	P.J.W. Bettenhausen, 1977
Den Haag, Gemeentemuseum	1954	G.J. van der Hoek, 1956
Den Haag, Gemeentemuseum	1970	T. Boerma, 1970
Den Haag, Gemeentemuseum "Huis in - huis uit"	1971	F.G.M. Bongertman, 1971
Den Haag, Gemeentemuseum, "Den Haag Werkt"	1984	W. Fokkema, 1985
Den Haag, Gemeentemuseum, "The Spiritual in Art"	1987	A. Boesveld e.a., 1988
Den Haag, Kunstkar	1979	M. Regouin e.a., 1977
Den Haag, Museum voor het Onderwijs (Museum)	1982	J. Prins, 1982
Den Haag, Nederlands Postmuseum,	1987	Fin. & Eco. Zaken, 1987
Deventer, Speelgoed- en blikmuseum	1988	Intomart, 1989
Dordrecht, Dordrechts Museum	1981	Soc.-Geogr. buro, gem. Dordrecht, 1982
Eindhoven, Van Abbemuseum, "Ooghoogte"	1986	E. van Megen & L. Puts, 1986
Emmen, Noorderdierenpark	1987	medewerkers, 1987
Enkhuizen, Zuiderzeemuseum	1983	I. Schouten, 1983
Enkhuizen, Zuiderzeemuseum	1983	M. Henkens & J. Zondervan, 1984
Enkhuizen, Zuiderzeemuseum	1984	A. van der Schoor, 1985
Enkhuizen, Zuiderzeemuseum	1985	H. Smith, 1985
Enkhuizen, Zuiderzeemuseum	1988	Intomart, 1989

Bijlage 5.2 (vervolg): Inventarisatie van bestaand museumpublieksonderzoek

<u>plaats, museum, titel</u>	<u>jaar onderzoek</u>	<u>auteurs, jaar publicatie</u>
Enschede, Rijksmuseum Twenthe	1974	P.J.W. Bettenhausen, 1977
Enschede, Natuurmuseum	1974	P.J.W. Bettenhausen, 1977
Enschede, Textielmuseum	1974	P.J.W. Bettenhausen, 1977
Groningen, Groninger Museum	1971	L. Aldershoff, 1972
Groningen, Groninger Museum	1984	G. Precht, 1985
Groningen, Groninger Museum	1988	Intomart, 1989
Groningen, Noorder Scheepvaartmuseum	1988	Intomart, 1989
Groningen, Volkenkundig museum "Australië, het onbekende zuidland nabij"	1988	medewerkers, 1988
Groningen, Volkenkundig museum "Australië, het onbekende zuidland nabij"	1988	studenten, 1988
Haarlem, Frans Halsmuseum, Afdeling de Hallen	1970	H. Overduin, 1971
Haarlem, Frans Halsmuseum	1988	Intomart, 1989
Haarlem, Teylers Museum	1988	Intomart, 1989
Heerlen, Thermenmuseum	1980	medewerkers, 1980
Helmond, 't Meyhuis	1980	Gemeente Helmond, 1980
Kerkrade, Mijnmuseum	1988	Intomart, 1989
Laren, Singer Museum	1972	Hartman, 1972
Laren, Singer Museum	1986	M. van Eijden, 1986
Laren, Singer Museum	1987	M. van Eijden, 1987
Leiden, Boerhaave	1980	Leiden Museumstad, R. van Vleuten, 1981
Leiden, Boerhaave "De blauwe lijn"	1983	S. Bal e.a., 1984
Leiden, Lakenhal	1975	medewerkers, 1975
Leiden, Lakenhal	1980	Leiden Museumstad, R. van Vleuten, 1981
Leiden, Lakenhal	1984	A. de Nooij, 1984
Leiden, Lakenhal	1986	M. van Itersson, 1986
Leiden, Lakenhal "Niet gebouwd Leiden"	1987	N. Bartijn e.a., 1988
Leiden, Legermuseum	1980	Leiden Museumstad, R. van Vleuten, 1981

Bijlage 5.2 (vervolg): Inventarisatie van bestaand museumpublieksonderzoek

<u>plaats, museum, titel</u>	<u>jaar onderzoek</u>	<u>auteurs, jaar publicatie</u>
Leiden, Molenmuseum De Valk	1966	E. Eijkhorst, 1966
Leiden, Molenmuseum De Valk	1986	medewerkers, 1986
Leiden, Oudheden	1980	Leiden Museumstad, R. van Vleuten, 1981
Leiden, Oudheden	1985	I. Bleeker e.a., 1986
Leiden, Oudheden, "Schatten uit Turkije"	1986	E.M.A. ten Bosch, M. van Esterik, 1987
Leiden, Oudheden	1986	H. Brugman, e.a., 1987
Leiden, Oudheden	1988	Intomart, 1989
Leiden, Volkenkunde	1980	Leiden Museumstad, R. van Vleuten, 1981
Leiden, Volkenkunde, "Tentoonstelling poppen"	1981	E. Blokzijl e.a., 1982
Leiden, Volkenkunde, "Indianen van Mexico"	1981	R. Gerritsen & I. Ravenstijn, 1983
Leiden, Volkenkunde, "Vier eeuwen Nederland-Japan"	1983	Reinwardtstudenten; I. Ravenstijn, 1983
Leiden, Volkenkunde, "Jaargetijden van de Mens"	1987	J. van Gernerde, e.a., 1988
Leiden, Volkenkunde, "Kijken naar Jaargetijden"	1987	L. Vervoorn, 1987
Leiden, De Waag "De Zilveren Camera"	1980	Reinwardtstudenten, 1980
Leiden, Waaggebouw, "Meer dan steen alleen"	1982	C. Eijkelenboom e.a., 1982
Maarssen, Slot Zuilen	1987	Stichting Slot Zuilen, 1988
Middelburg, Zeeuws Museum	1988	Intomart, 1989
Naarden, Vestingmuseum	1984	medewerkers, 1984
Nunspeet, Bezoekerscentrum Zandenbos	1976	Vg. PGS-RUU, 1976
Nunspeet, Bezoekerscentrum Zandenbos	1982	A.P. Spruyt, H.A.A.J Jacobs, Staatsbosbeheer sociolog. ond., 1984
Nijmegen, Commanderie Sint Jan	1985	Y. Rensink, 1986
Nijmegen, Commanderie Sint Jan	1986	I. Willems, 1987
Nijmegen, Bijbels Openluchtmuseum Heilig Land Stichting	1988	Intomart, 1989
Nijverdal, Bezoekerscentrum De Noetselberg	1982	Staatsbosbeheer sociolog. ond. 1984
Oldenzaal, Palthehuis MEP	1974	P.J.W. Bettenhausen, 1977

Bijlage 5.2 (vervolg): Inventarisatie van bestaand museumpublieksonderzoek

<u>plaats, museum, titel</u>	<u>jaar onderzoek</u>	<u>auteurs, jaar publicatie</u>
Orvelte, Monumentendorp Orvelte	1986	H. Weesie, 1986
Oss, Jan Cunen Centrum "Verover het beeld"	1986	J. Sas, 1987
Ossenzijl, Bezoekerscentrum de Weerribben	1976	Vg. PGS-RUU, 1976
Otterlo, Tegelmuseum	1988	K. Bakker, 1988
Overloon, Oorlogs- en Verzetsmuseum, "Dit geschrift in ieders hand"	1986	J. Dikens, 1987
Overloon, Oorlogs- en Verzetsmuseum, "Gekooide jeugd"	1987	J. Dikens, 1987
Petten, De dijk te kijk	1984	Buro Voorlichting Hoogheemraadschap, 1984
Rotterdam, Boymans	1970	Intomart, 1971; L.A. Welters, 1975
Rotterdam, Boymans, "Symbolisme in Europa"	1976	Gemeentelijk Bureau Onderzoek en Statistiek, 1976; R.R. Van der Meyden & J.W. Van der Ploeg, 1983
Rotterdam, Boymans, "De Fiets"	1979	Gem. buro onderzoek en statistiek, R'dam, 1979, R.R. Van der Meyden & J.W. Van der Ploeg, 1983
Rotterdam, Boymans, "Goden en Farao's"	1979	Dienst gem. musea R'dam, 1979, R.R. Van der Meyden & J.W. Van der Ploeg, 1983
Rotterdam, Boymans, Oude ingang	1981	P. Das, 1981
Rotterdam, Boymans, Nieuwe ingang	1981	P. Das, 1981
Rotterdam, Dubbele Palmboom	1981	P. Das, 1981
Rotterdam, Kijkkist, "Bajesmanifestatie"	1979	Veldkamp, 1980
Rotterdam, Kijkkist, "Hillesluis"	1979	Veldkamp, 1980
Rotterdam, Kijkkist,	1979	Veldkamp, 1980
Rotterdam, Land- en Volkenkunde	1968	P. Kruithof, 1968
Rotterdam, Land- en Volkenkunde, "Spoor der Irokezen"	1979	Veldkamp, 1979
Rotterdam, Land- en Volkenkunde, "Turks kind"	1980	J. Mohrs, 1982
Rotterdam, Land- en Volkenkunde,	1981	P. Das, 1981
Rotterdam, Land- en Volkenkunde, "Islam, een levenswijze"	1983	J. Mohrs, 1983

Bijlage 5.2 (vervolg): Inventarisatie van bestaand museumpublieksonderzoek

<u>plaats, museum, titel</u>	<u>jaar onderzoek</u>	<u>auteurs, jaar publicatie</u>
Rotterdam, Lijnbaancentrum, "Experimentele Exposities"	1974	L.A. Welters, 1975
Rotterdam, Lijnbaancentrum "Een Autoband is een schoen."	1976	L.A. Welters, 1976; R.R. Van de Meyden & J.W. Van der Ploeg, 1983
Rotterdam, Lijnbaancentrum	1978/79	Veldkamp 1980, R.R. Van der Meyden & J.W. Van der Ploeg, 1983
Rotterdam, Maritiem Museum Prins Hendrik	1981	Gem. buro voor onderzoek en statistiek, 1981
Rotterdam, Maritiem Museum Prins Hendrik	1988	Intomart, 1989
Rotterdam, Museumschip 'Buffel'	1980	P. Das, 1980
Rotterdam, Museumschip 'Buffel'	1981	P. Das, 1981
Rotterdam, Museumschip 'Buffel'	1983	P. Das, 1983
Schermerhorn, Museummolen	1975	Van Eunen, 1975
Schiphol, Aviodome	1979	P. Grimm, 1979
Schoonhoven, Goud-, Zilver- en Klokken- museum	1987	R. Verschoor, 1988
Schoonhoven, Goud-, Zilver- en Klokken- museum	1988	Intomart, 1989
Schrieversheide, Volkssterrewacht	1987	medewerkers, 1987
Texel, Eco Mare	1987	M. van de Heide, 1988
Tilburg, Ned. Textielmuseum	1987	Welzijnsdienst Tilburg, 1987
Utrecht, Catherijneconvent	1981	E. Wesselingh, 1981
Utrecht, Catherijneconvent	1984	C.A. Borremans, 1984
Utrecht, Catherijneconvent	1987	R. van Son, 1987
Utrecht, Catherijneconvent "Kunstschaten uit Freiburg"	1987	medewerkers, 1987
Utrecht, Catherijneconvent	1988	Intomart, 1989
Utrecht, Centraal Museum	1984	G. Kraaykamp e.a., 1985
Utrecht, Centraal Museum	1985	L. Derks & E. van Megen, 1986
Utrecht, Centraal Museum "Van paardestal tot kunstpaleis"	1987	H. van Bloemendaal & M.J. Spierenburg, 1987
Utrecht, Hedendaagse Kunst "Holland in vorm/gemengd nieuws"	1984	G. Kraaykamp e.a., 1985
Utrecht, Musement	1969	Inter/View, 1969

Bijlage 5.2 (vervolg): Inventarisatie van bestaand museumpublieksonderzoek

<u>plaats, museum, titel</u>	<u>jaar onderzoek</u>	<u>auteurs, jaar publicatie</u>
Utrecht, Musement "Musement"	1987	Instituut Econ. Soc. Psych Onderzoek, 1987
Utrecht, Nat. museum van speelklok tot pierement	1984	medewerkers, 1984
Utrecht, Nat. museum van speelklok tot pierement	1987	medewerkers, 1987
Utrecht, Nat. museum van speelklok tot pierement	1988	Intomart, 1989
Utrecht, Spoorwegmuseum	1988	R. Joosten, 1989
Utrecht, Universiteitsmuseum	1985	M. Benjaminse & J. Laboyrie, 1985
Workum, Jopie Huismanmuseum	1988	Intomart, 1989
Wouw, Zijdemuseum "Beleid en promotie kleine musea"	1986	H. Smits, 1986

Bijlage 5.3: Gebruikte bronnen voor heranalyse publieksgegevens

- Aldershoff, L., "De bezoekers van het Groninger Museum", Sociologisch Instituut RUG, Groningen, 1972.
- Bakker, K., "Analyse en perspectief van het Nederlands Tegelmuseum It Noflik Sté", afstudeerscriptie NHTV, Breda, 1988.
- Bal, S. (e.a. Reinwardt-studenten), "De Blauwe Lijn, een onderzoek naar de bekendheid van de 'Blauwe Lijn' bij individuele bezoekers van Museum Boerhaave te Leiden, Reinwardt-practicum, 1984.
- Bartijn, N. (e.a. Reinwardt-studenten), "Evaluatieonderzoek van de tentoonstelling 'Niet Gebouwd Leiden' in het museum De Lakenhal te Leiden", Reinwardt-scriptie, Leiden, 1988.
- Benjaminse, M. & I. Laboyrie, "Hartelijk dank dat we dit konden zien! Publieksonderzoek Universiteitsmuseum Utrecht, RUU, Utrecht, 1985.
- Bettenhausen, P.J.W., "MEP/Twente: Verslag van een educatief museaal experiment", CRM/Werkgroep Educatieve Diensten, Wassenaar, 1977.
- Bettenhausen-Verbeij, A.G.M., "Hoe marginaal is het museum? Een onderzoek naar museumbezoekers en niet-bezoekers in Twente.", Z.U., Wassenaar, 1977.
- Beurden, J.A.M. van & M. Ploemacher, "Publieksonderzoek Joods Historisch Museum", Marktkunde en Marktonderzoek Landbouwwuniversiteit Wageningen, Wageningen, 1988.
- Bierlaagh, T. (e.a. studenten), "Een onderzoek naar de geschiedkundige kennis over Amsterdam en de attitudes m.b.t. enkele gegeven uitspraken over musea van bezoekers van het Amsterdams Historisch Museum", Psychologisch Labaratorium UVA, Amsterdam, 1972.
- Bleeker, I. (e.a. Reinwardtstudenten), "Voorlopig verslag van het publieksonderzoek gehouden in het Rijksmuseum van Oudheden in Leiden van 7 t/m 20 november 1985", Reinwardt Academie, Leiden, 1986.
- Bloemendaal, H. van & M.J. Spierenburg, "Van paardestal tot kunstpaleis", Scriptie RUU, Utrecht, 1987.
- Blokzijl, E. (e.a. Reinwardt-studenten), "Tentoonstellingspoppen, een onderzoek naar de mening van de bezoekers over verschillende typen tentoonstellingspoppen in het Rijksmuseum voor Volkenkunde, Reinwardt-scriptie, Leiden, 1981.
- Boerma, T., "Rapportage van een onderzoek onder de bezoekers van het Haags Gemeentemuseum op 5 mei 1970", Den Haag, 1970.
- Boesveld, A. (e.a. Reinwardt-studenten), "Een onderzoek naar het beschermen van kunstwerken in de tentoonstelling 'The Spiritual in Art', in het Haags Gemeentemuseum", Reinwardt-scriptie, Leiden, 1988.
- Bogtstra, L., "Verslag van het deel-onderzoek onder individuele bezoekers van het Bijbels Museum", Amsterdam, 1985.
- Bongertman, F.G.M., "Rapport over de resultaten van de enquête gehouden m.b.t. de tentoonstelling 'Huis In - Huis Uit'", SACW, Den Haag, 1971.
- Borremans, C.A., "Het Rijksmuseum Het Catharijneconvent op weg naar meer bezoekers", Communicatie HEAO Utrecht, Utrecht, 1984.
- Bosch, E. ten & M. van Esterik, "Publieksonderzoek bij de tentoonstelling 'Schatten uit Turkije', Reinwardt-scriptie, Leiden, 1986.
- Boukema, D., "Onderzoek onder de bezoekers van de Thailand-tentoonstelling in het Tropenmuseum", UVA, Bussum, 1976.
- Bouwman-Heeger, M., "Het Drents Museum, een onderzoek naar de samenstelling van het museumbezoek naar een aantal kenmerken en naar de meningen van de bezoekers over de verschillende afdelingen van het museum", Stichting Opbouw Drenthe, Z.P., 1982.
- Brugman, H. (e.a. Reinwardt-studenten), "Publieksonderzoek in het Rijksmuseum van Oudheden te Leiden, onderzoek naar groepsbezoekers uit het voortgezet onderwijs door studenten aan de Reinwardt Academie", Reinwardt-practicum, Leiden, 1986.
- Bukuru-Hempenius, D., "Publieksonderzoek Max Euwe-Centrum", Reinwardt Academie, Leiden, 1986.

- Catharijneconvent (medewerkers), "Resultaten enquête 'Kunstschaten uit Freiburg'", Utrecht, 1987.
- Cavallaro, A. & L. Derks & L. Puts, "'Kunst Voor De Beeldenstorm', een onderzoek naar het effect van de educatieve begeleiding", Sociale Psychologie RUU, Utrecht, 1987.
- Damen, D. & M. Jantzen, "Zuidoost Azië in de peiling, een publieksonderzoek op de afdeling Zuidoost Azië van het Tropenmuseum in Amsterdam", Reinwardt-scriptie, Leiden, 1986.
- Das, P., "Publieksonderzoek Museumchip De Buffel, Systematisch Onderzoek Bezoekers (SOM)", Research International, Rotterdam, 1983.
- Derks, L. & E. van Megen, "Stal wordt museum, Centraal Museum onderzocht", Sociale en Organisationspsychologie RUU, Utrecht, 1986.
- Dijkman, G. & R. Oppenhuizen, "Publieksonderzoek Stedelijk Museum Amsterdam", Z.U., Amsterdam, 1980.
- Dikkens, J., "Evaluatie vragenformulieren tentoonstelling 'Dit geschrift in ieders hand'", Educatieve Dienst Oorlogs- en Verzetmuseum, Overloon, 1987.
- Dikkens, J., "Evaluatie vragenformulieren tentoonstelling 'Gekooide Jeugd'", Educatieve Dienst Oorlogs- en Verzetmuseum, Overloon, 1987.
- Doerbecker, C., "Museumbezoekers en de derde wereld. Houdingsbeïnvloeding ten aanzien van de derde wereld door museumbezoek en enkele kenmerken van bezoekers van het Tropenmuseum", Tropenmuseum, Amsterdam, 1973.
- Duin, H. (e.a.), "Bezoekersonderzoek over 'Amsterdam die kleine stad', verslag van een onderzoek verricht bij het Amsterdams Historisch Museum", Psychologisch Laboratorium UVA, Amsterdam, 1973.
- Eijkelenboom, C. (e.a. Reinwardtstudenten), "Video presentatie 'Meer dan steen alleen', 10 eeuwen Leidse burcht. Een onderzoek naar de waardering van het videoprogramma van de bezoekers van de tentoonstelling '5 Jaar Bodem-onderzoek in Leiden' in het Waaggebouw te Leiden", Reinwardt-scriptie, Leiden, 1982.
- Eunen, van, "Enkele kenmerken van Nederlandse bezoekers aan de Museummolen in Schermerhorn in 1975", Amsterdam, 1975.
- Fokkema, W., "Analyse van de tentoonstelling 'Den Haag Werkt'", Reinwardt Academie, Leiden/Nieuwveen, 1985.
- Gemeente Arnhem, "(Bezoekers)onderzoek tentoonstelling 'Romantische Liefde' Gemeentemuseum Arnhem", Afdeling Onderzoek & Statistiek Gemeente Arnhem, Arnhem, 1985.
- Gemeente Arnhem, "(Bezoekers)onderzoek tentoonstelling 'Terugblik op Willink' Gemeentemuseum Arnhem", Afdeling Onderzoek & Statistiek Gemeente Arnhem, Arnhem, 1985.
- Gemeente Arnhem, "Publieksonderzoek Gemeente Arnhem, Stand van Zaken november 1985", Afdeling Onderzoek & Statistiek Gemeente Arnhem, Arnhem, 1985.
- Gemeente Dordrecht, "Rapportage bezoekersonderzoek Dordrechts Museum", Sociaal Geografisch Bureau van de Gemeente Dordrecht, Dordrecht, 1981.
- Gemeente Helmond, "Cultuuronderzoek gemeente Helmond, deelnota V, bezoekers aan 't Meyhuis", Gemeente Helmond, Helmond, 1980.
- Gemeentelijk Bureau voor Onderwijs en Statistiek, "Publieksonderzoek tentoonstelling 'De Fiets'", Rotterdam, 1979.
- Gemeentelijk Bureau voor Onderwijs en Statistiek, "Publieksonderzoek tentoonstelling 'Het Symbolisme in Europa'", Rotterdam, 1976.
- Gemerde, J. van (e.a. Reinwardt-studenten), "Onderzoek naar aspecten van de tentoonstelling 'Jaargetijden van de Mens' Rijksmuseum Volkenkunde", Reinwardt-practicum, Leiden, 1988.
- Gerritsen, R. & I. de Vogel-Ravestijn, "Evaluatie van de tentoonstelling 'Indianen van Mexico, Azteken in 't Verleden, Nahuas van Heden' in Rijksmuseum voor Volkenkunde Leiden", Reinwardt-Cahier, Culturele Antropologie/Sociale Geografie RU Leiden, Leiden, 1982.
- Grimm, P., "Aviodome, 'n publieksonderzoek", Schiphol, 1979.
- Hagedoren, W. (e.a.), "Verslag van een bezoekersonderzoek in het Amsterdams Historisch Museum bij gelegenheid van de tentoonstelling 'Amsterdam onder stoom (I)'", Psychologisch Laboratorium UVA, Amsterdam, 1975.

- Hallie, A. (e.a. studenten), "Bezoekersonderzoek over 'Amsterdam die grote stad', verslag van een onderzoek verricht bij het Amsterdams Historisch Museum", Psychologisch Laboratorium UVA, Amsterdam, 1973.
- Heide, M. van der, "Doen ze ook kunstjes, die zeehonden? Bezoekersonderzoek bij Eco Mare op Texel", RUG, Groningen, 1988.
- Henkens, M. & J. Zondervan, "Onderzoek onder de bezoekers van het Buitenmuseum", Breda/Assen, 1984.
- Hoek, G.J. van der, "Bezoekers bekeken", Mededelingen Gemeentemuseum Den Haag (11-2), 1956.
- Hoogheemraadschap Noordhollands Noorderkwartier/Bureau Voorlichting, "Bezoekersenquête De Dijk te Kijk", Petten, 1984.
- Huijboom, E.J. van & P.J.M. Kamsma & M.L.M. Smit, "Bezoekersonderzoek 't Kromhout, doctoraalonderzoek naar de belangstelling van groepen en individuele personen voor de museumwerf 't Kromhout", Bedrijfseconomie UVA, Amsterdam, 1986.
- Hulsman, S., "Het (Tropen-)museum en de vertaalde tekst, een stageverslag, Amsterdam, 1986.
- Inter/view, "Musement gemeten, een onderzoek bij bezoekers van Musement en bij een landelijke steekproef", Ministerie van CRM, Rijswijk, 1969.
- Intomart, "Nederland Museumland 1988", Hilversum, maart 1989.
- Intomart, "Publiekssamenstelling Rijksmuseum Vincent Van Gogh", Hilversum/Amsterdam, 1975.
- Intomart, "Rapport van een onderzoek onder bezoekers van het Stedelijk Museum", Hilversum/Amsterdam, 1969.
- Intomart, "Rapport van een onderzoek onder bezoekers van het museum Boymans Van Beuningen", Hilversum/Amsterdam, 1970.
- Intomart, "Rapport inzake een onderzoek onder de bezoekers van de Jeroen Bosch tentoonstelling", Hilversum/Amsterdam, 1967.
- Intomart Qualitatief, "Onderzoek naar de belangstelling voor moderne beeldende kunst", Intomart Qualitatief, Amsterdam, 1982.
- Itersen, M. van, "Publieksonderzoek Lakenhal", Leiden, 1986.
- Joosten, R., "Onderzoek Spoorwegmuseum", Utrecht, 1988.
- Komor-Barge, L. (e.a.), "Publieksonderzoek tentoonstelling 'Goden en Farao's'", stagiaires Boymans/Gemeentelijk Bureau Onderwijs & Statistiek, Rotterdam, 1979.
- Koppes, T. (e.a. studenten), "Onderzoek naar de kaasmarkt en het kaasmuseum in Alkmaar in het voorseizoen", Commerciële Economie HEAO Alkmaar, Alkmaar, 1983.
- Kraaykamp, G. & I. Redeker & I. Maas, "Kort verslag van het onderzoek onder de bezoekers van het Centraal Museum en het Museum voor Hedendaagse Kunst", leeronderzoek sociologie RUU, Utrecht, 1984.
- Kruithof, P., "Het museum voor Land- en Volkenkunde; een opiniepeiling onder het publiek", ASWMW, Rotterdam, 1968.
- Legermuseum (medewerkers), "Resultaten van de enquête Legermuseum Delft", Delft, 1986.
- Maris-Molen, C., "Van totem tot lifestyle; totem, goden en heiligen, een evaluatieonderzoek", scriptie Communicatiewetenschappen UVA, Amsterdam, 1987.
- Marketing Communication Services FHV/BBDO, "Summary of the research Madame Tussauds", Amsterdam, 1986.
- Megen, E. van (e.a.), "Publieksonderzoek in Stedelijk Museum 'La Grande Parade'", Sociale Psychologie RUU, 1985.
- Megen, E. van & L. Puts, "Publieksonderzoek 1986, 'Ooghoogte' Van Abbemuseum 1936-1980", Sociale Psychologie RUU, Utrecht, 1986.
- Meyden, R.R. van der & J.W. van der Ploeg, "Acht jaar publieksonderzoek in Rotterdam. Rapport ten behoeve van de Werkgroep Onderzoek in de Kunstsector te Rotterdam.", Pijnacker, 1983.

Mohrs, J., "'Islam, een levenswijze', verslag van een publieksonderzoek in opdracht van het Museum voor Land- en Volkenkunde te Rotterdam, Castricum, 1983.

Mohrs, J., "'Turks Kind', verslag van een publieksonderzoek in opdracht van het Museum voor Land- en Volkenkunde te Rotterdam, Castricum, 1982.

Molenmuseum De Valk (medewerkers), "Uitslagen publieksonderzoek Molenmuseum De Valk", Leiden, 1986.

Nationaal Museum Van Speelklok Tot Pierement (medewerkers), "(Bezoekers)enquête Nationaal Museum Van Speelklok Tot Pierement, Utrecht, 1984.

Nationaal Museum Van Speelklok Tot Pierement (medewerkers), "Enquête Nationaal Museum Van Speelklok Tot Pierement, Utrecht, 1987.

Nederlands Scheepvaartmuseum (medewerkers), "Onderzoek Scheepvaartmuseum", Amsterdam, 1973.

Nooij, A. de, "Enquête Lakenhal", Leiden, 1984.

Noorderdierenpark (medewerkers), "Resultaten bezoekersenquête 1987", Emmen, 1988.

Os, J. van, "De bezoekers van het Provinciaal Museum in Assen", Stichting Opbouw Drenthe Afdeling Onderzoek en Documentatie, Assen, 1973.

Overduin, H., "Bezoekers gevraagd, een explorerend onderzoek onder de bezoekers van de Hallen, afdeling moderne kunst van het Frans Halsmuseum Haarlem, gehouden 11/7-7/8-1970 tijdens de tentoonstelling 'Menselijke Situaties'", Haarlem, 1971.

Precht, G., "Een kwestie van kijken en veel zien; het beleid en verwachtingen van een museumdirecteur", RUG, Groningen, 1985.

Prins, J., "Een analyse van de tijdelijke tentoonstelling 'Nederlands-Indië in oorlogstijd, de Japanse bezetting', Reinwardt-scriptie, Leiden, 1982.

PTT/Hoofddirectie Financiële & Economische Zaken, "Onderzoek Postmuseum", Den Haag, 1987.

Puts, E.T. & A. Cavallaro, "Wat Amsterdam Betreft, publieksonderzoek Stedelijk Museum 1986, Sociale Psychologie RUU, Utrecht, 1986.

Puts, L. & A. Cavallaro & L. de Wit, "'Onze meesters van het landschap', educatieve begeleiding en bezoekersgedrag nader onderzocht, Sociale Psychologie RUU, Utrecht, 1988.

Reclame adviesbureau Meppel, "Aole Compas, rapportage en interpretatie, enquête", Meppel, 1980.

Regouin, M., M. Bedaux-de Jonge & H. Overduin, "Met de Kunstkar vooruit", Boekmanstichting, Amsterdam, 1977.

Reinwardt Academie (studenten), "Bezoekersenquête in de Waag tijdens 'De Zilveren Camera'", Reinwardt-scriptie, Leiden, 1980.

Rensink, Y., "De educatieve afdeling van het Nijmeegs museum Commanderie Sint Jan en het onderwijs", Onderwijssociologie KUN, Nijmegen, 1986.

Rijksuniversiteit Groningen (studenten), "Museumbezoek, onderzoeksverslag methodiek", RUG, Groningen, 1975.

Rijksuniversiteit Groningen (studenten), "Uitslag publieksenquête van de tentoonstelling 'Australië, het Onbekende Zuidland Nabij' in museum Gerardus van der Leeuw", RUG, Groningen, 1988.

Rijksuniversiteit Utrecht, "Onderzoek naar functioneren en appreciatie van bezoekerscentra Zandenbos en Weerribben", Vakgroep Primaire Groepen en Socialisatie RUU, Utrecht, 1976.

Roffelsen, J., "De externe effecten van attractiebezoek op de stad Arnhem", Geografisch en Planologisch Instituut KUN, Nijmegen, 1987.

Roij, H. de, "Publieksonderzoek Stedelijk Museum Amsterdam", THD, Afdeling Industriële Vormgeving, Delft, 1979.

Sas, J., "Veroverde het beeld het publiek?", in: Museum & Onderwijs; 50 jaar Jan Cunen Centrum, p.33-36 en p.39, Oss, 1987.

- Sas, J. & L. Derks, "Bezoek het Rijksmuseum anders. Onderzocht een nieuw educatief middel: 't Wandelpapier", Sociale Psychologie RUU, 1984.
- Schoor, A. van der, "De individuele bezoeker van het Buitenmuseum, een onderzoek naar het functioneren van het communicatiebeleid t.a.v. het marktsegment individuele binnenlandse bezoekers", scriptie NWITR, Breda, 1985.
- Schouten, I., "Het Buitenmuseum van het Rijksmuseum Zuiderzeemuseum te Enkhuizen: een toeristische benadering", scriptie NWITR, Breda, 1983.
- Singer Museum (medewerkers), "Enquête 'Herfstflora Maritiem'", Laren, 1987.
- Slooten, K. (e.a. studenten), "'Amsterdam onder stoom' (II), een onderzoek naar leer- en kijkgedrag bij de bezoekers van tentoonstellingen d.m.v. observaties", Psychologisch Laboratorium UVA, Amsterdam, 1974.
- Smit, I. & E. Temme, "'Tot Lering en Vermaak', evaluatie van de educatieve begeleiding van een tentoonstelling in het Rijksmuseum Amsterdam", in: Psychologische Geschriften, RUU, Utrecht, 1979.
- Smith, H., "De toekomst van het Zuiderzeemuseum, een onderzoek inzake de mogelijkheid tot verhoging van het aantal bezoekers", scriptie NWITR, Breda, 1985.
- Smits, H., "Beleid en promotie kleine musea", NWITR, Breda, 1986.
- Someren, J. van, "Het Drents Museum in toeristisch perspectief, een onderzoek naar vakantiegedrag en museumbezoek, Fac. der Beleidswetenschappen KUN, Nijmegen, 1989.
- Staatsbosbeheer, "Bezoekerscentra als poort naar bos en natuur? Enquêtes in de bezoekerscentra Zandenbos en Noetselerberg", Staatsbosbeheer Afdeling Sociologisch Onderzoek t.b.v. bos, natuur en landschap, Utrecht, 1984.
- Stichting Broeker Veiling, "Jaarverslag 1987", Broek op Langedijk, 1988.
- Stichting Slot Zuylen, "Jaarverslag 1987", Maarssen, 1988.
- Stichting Voor Marktonderzoek, "Samenvatting bezoekersonderzoek Technisch Museum Nint", Amsterdam, 1986.
- Thermenmuseum Heerlen (medewerkers), "Jaarverslag 1980", Heerlen, 1980.
- Trefpunt, Tijdschrift van het Ministerie van Cultuur Recreatie en Maatschappelijk Werk, "Onderzoek tijdens Rembrandttentoonstelling wijst uit: meer jongeren naar het museum", Rijswijk, 1970.
- Valkman, O., "Sonsbeek buiten de perken", Boekmanstichting, Amsterdam, 1971.
- Valkman, O., "Queuen voor de Nachtwacht", Boekmanstichting, Amsterdam, 1976.
- Valkman, O., "Queuen voor de Nachtwacht, het Rijksmuseum en zijn bezoekers, samenvatting en conclusies", Boekmanstichting, Amsterdam, 1976.
- Varkevisser, C. & E. van der Zee, "Het Tropenmuseum en zijn publiek", Doctoraalscriptie UVA, 1963.
- Veldkamp, "Bezoekers van de Kijkkist-1979", Veldkamp Marktonderzoek, Rotterdam, 1980.
- Veldkamp, "Spoor der Irokezen", Veldkamp Marktonderzoek, Rotterdam, 1979.
- Verschoor, R., "Resultaten van de enquête gehouden in het Nederlands Goud-, Zilver- en Klokkenmuseum", Schoonhoven, 1988.
- Vervoorn, L., "Kijken naar de jaargetijden, een verkennend onderzoek naar ideeën en verwachtingen van bezoekers van 'De Jaargetijden van de Mens'", leeronderzoek RUU, Utrecht, 1987.
- Vestingmuseum (medewerkers), "Bezoekersenquête Vestingmuseum Naarden", Naarden, 1984.
- Vleuten, R. van, "Verslag bezoekersenquête 1980 t.b.v. de Stichting 'Leiden museumstad'", Egmond aan de Hoef, 1981.
- Vogel, I. de, "Evaluatie onderzoeken in Leidse musea door studenten van de Reinwardt Academie", Reinwardt-Cahier, Leiden, 1983.
- Volkenkunde (medewerkers), "Een vergelijking tussen gegevens van individuele bezoekers van de tentoonstelling 'Indianen van Mexico' en de tentoonstelling 'Vier Eeuwen Nederland-Japan'", Rijksmuseum voor Volkenkunde, Leiden, 1983.

Volkenkundig Museum Gerardus van der Leeuw (medewerkers), "Uitwerking van de enquête gehouden tijdens de tentoonstelling 'Australië, het Onbekende Zuidland Nabij'", Groningen, 1988.

Vries, J. de & T. Oudenhuijsen, "Nederlands Openluchtmuseum. Bezoekersonderzoek 1985", Gemeente Arnhem, Afdeling Onderzoek en Statistiek, Arnhem, 1985

Weesie, H., "Orvelte bekeken, een onderzoek naar de achtergronden, motieven en waardering van de bezoekers van het Monumentendorp Orvelte", Werkgroep Recreatie Landbouwuniversiteit Wageningen, Wageningen, 1986.

Welters, L.A., "Het Lijnbaancentrum, experimentele exposities", Boekmanstichting (Voetzoeker-19), Amsterdam, 1975.

Welzijnsdienst Nederlands Textielmuseum, "Maandstatistiek december 1987", Tilburg, 1987.

Wesselingh, E., "Onderzoek naar de publiekssamenstelling in Rijksmuseum Het Catharijneconvent, Utrecht, 1981.

Willems, I., "Museum in de markt, een onderzoek naar de redenen voor het al dan niet bezoeken van het Nijmeegs museum Commanderie van Sint Jan", Communicatiewetenschappen KUN, Nijmegen, 1987.

Bijlage 5.4: Factoranalyse van beoordelingen naar 'complexiteit' en 'associatie met alledaagse ervaringen'

		Een factor	Twee factoren	
		I	I	II
complexiteit 1	beoordelaar 1	.83	.83	-.17
	beoordelaar 5	.69	.62	-.31
	beoordelaar 6	.73	.82	.05
complexiteit 2	beoordelaar 1	.76	.78	-.13
	beoordelaar 3	.71	.66	-.26
	beoordelaar 6	.69	.79	.09
alledaagse ass. 1	beoordelaar 2	-.23	.13	.89
	beoordelaar 3	-.77	-.59	.57
	beoordelaar 4	-.89	-.73	.57
alledaagse ass. 2	beoordelaar 2	-.69	-.66	.17
	beoordelaar 4	-.87	-.70	.57
	beoordelaar 5	-.77	-.70	.33
verklaarde variantie		55%	65%	

Factoranalyse van beoordelingen naar publieksbenadering en publieksbegeleiding

		ALLE BEOORDELINGEN		GESELECTEERDE BEOORDELINGEN	
		I	II	I	II
<u>Publieksbegeleiding</u>					
E1		.61	.11		
E2		.29	.23		
E3		-.07	.83	-.01	.85
E4		.30	.78	.37	.73
E7		-.44	.59	-.35	.63
E9		-.07	.79	-.00	.84
E10		.38	.50	.44	.41
H6		.10	.62		
H8		.50	-.05		
H10		.60	-.08		
H11		.76	-.20		
<u>Publiekswerving</u>					
F1		.81	.02	.82	-.04
F2		.60	-.22	.61	-.24
F3		.76	-.30	.76	-.20
F5		.86	-.04	.88	-.06
F6		.71	-.05	.73	-.06
F9		.71	.16	.72	.16
G4		.71	.12	.76	-.12
G7		.53	.16	.67	-.02
G8		.61	-.07	.62	-.02
G10		.70	.15	.71	.11
G11		.50	.12	.48	.19
Verklaarde variantie		57%		55%	

Zie tekst voor formulering van de items.

Bijlage 5.5: Correlaties tussen kenmerken gebruikt in de analyse in hoofdstuk 5.

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)
(1) OPLEIDING 1988	1.00															
(2) BEROEP 1988	.52	1.00														
(3) LEEFTIJD	-.24	-.21	1.00													
(4) JAAR VAN ONDERZOEK	-.03	-.74	.35	1.00												
(5) OMVANG	.18	.03	-.05	-.10	1.00											
(6) TOEGANKELIJKHEID (BEOORDELING)	.53	.64	-.27	-.07	.14	1.00										
(7) TOEGANKELIJKHEID (INVENTARISATIE)	.63	.53	-.22	-.18	.20	.69	1.00									
(8) PUBLIEKWERVING (BEOORDELING)	.44	.41	-.19	-.14	.69	.47	.40	1.00								
(9) OMVANG PUBLIEKSWERVING	.44	-.22	.04	.20	.43	.30	.34	.40	1.00							
(10) RECLAME	.32	.05	.08	.32	.31	.41	.41	.40	.50	1.00						
(11) EXTRA ACTIVITEITEN	.35	.10	-.13	.03	.44	.35	.27	.47	.51	.44	1.00					
(12) PUBLIEKSBEGELEIDING (BEOORDELING)	-.14	-.02	.03	-.08	.20	-.26	-.24	.18	-.05	-.23	-.18	1.00				
(13) OMVANG EDUCATIEF WERK	-.06	-.11	.02	.24	.21	-.09	.05	.18	.23	.26	.22	.32	1.00			
(14) MIDDELEN PUBLIEKS- BEGELEIDING	-.05	-.25	.00	.30	.17	.04	.11	.12	.22	.39	.27	.07	.49	1.00		
(15) EDUCATIEF EXPERIMENT	-.18	-.15	-.15	-.12	.00	.04	-.14	-.06	-.14	.08	-.15	.21	-.10	.14	1.00	
(15) EFFECTIEVE PRIJS	-.01	-.44	.35	.50	.30	-.11	-.09	.17	.15	.11	.19	.02	-.08	.13	-.16	1.00

