

# Zicht op... ontwikkelingen in museumeducatie

Achtergronden, literatuur en websites



# Inhoud

Vooraf	4
Ontwikkelingen in museumeducatie	6

## Vooraf

Begin oktober 2008 verscheen het *Tendrapport museumeducatie* als vervolg op de drie eerder verschenen tendrapporten die in 1980, 1989 en 1996 het licht zagen. Deze uitgave van Cultuurnetwerk Nederland vormt de aanleiding om een *Zicht op...* aan museumeducatie te wijden met een literatuuroverzicht over museumeducatie in Nederland. In combinatie met de *Zicht op...* die in 2002 museumeducatie als thema had, kan zo een overzicht worden verkregen van de literatuur die in de bibliotheek van Cultuurnetwerk Nederland is opgenomen.

In het inleidende artikel van Melissa de Vreede, senior projectleider bij Cultuurnetwerk Nederland, komt allereerst het museaal beleid aan de orde. De Nederlandse musea mochten zich sinds het jaar 2000 verheugen in een politieke belangstelling die onder meer resulteerde in plannen voor een Nationaal Historisch Museum, gratis toegang voor kinderen tot 12 jaar en in diverse beleidsnota's. Maar ook de musea zelf zaten natuurlijk niet stil. De hernieuwde aandacht voor museumeducatie die in de jaren '90 was opgebloeid resulteerde in tal van producten en diensten. Behalve de 'gewone' doelgroepen, zoals het basisonderwijs en het voortgezet onderwijs, worden educatieve programma's gemaakt voor kleuters en voor inburgeraars, voor wijkbewoners en voor jongeren. Musea pogen op allerlei manieren nieuwe doelgroepen aan zich te binden en er ontstaan samenwerkingsverbanden met het onderwijs en met welzijnsinstellingen. In het tweede deel van het artikel passeren allerlei praktijkvoorbeelden in sneltreinvaart de revue. Wie meer wil weten over een bepaald onderwerp, kan hiervoor kijken in de uitgebreide literatuurlijst die volgt na het artikel. Tot slot bevat deze *Zicht op... ontwikkelingen in museumeducatie* een selectie van relevante websites.

Cultuurnetwerk Nederland  
Utrecht, november 2008



# Ontwikkelingen in museumeducatie

Het laatste decennium is museumeducatie behoorlijk in beweging. Musea verkennen nieuwe wegen om publiek te trekken en aan zich te binden. Ze richten zich bijvoorbeeld op nieuwe doelgroepen (kleuters, senioren, nieuwe Nederlanders), nieuwe technieken (internet) en nieuwe samenwerkingspartners (welzijn). Op basis van literatuuronderzoek beschrijft Melissa de Vreede in onderstaand artikel de ontwikkelingen en tendensen in de Nederlandse museumeducatie.

Melissa de Vreede

## BEZINNING BINNEN MUSEUMSECTOR

Rond de eeuwwisseling bezint de museumsector zich op zijn toekomst. Dit is deels het gevolg van het beleid van staatssecretaris Van der Ploeg en deels van internationale ontwikkelingen en inzichten van de Nederlandse musea zelf. De Nederlandse Museumvereniging (NMV) organiseert rond 2000 een serie discussies die uitmonden in drie publicaties. De laatste, *Tussen nijlpaard en chimpansee* (2002) geeft een indruk hoe mensen binnen en buiten de musea denken over toekomstige ontwikkelingen en idealen. Bovendien is in deze publicatie *Alle Musea zelfstandig* opgenomen, een notitie van het bestuur van de NMV met een profiel- en taakbeschrijving van het museum van de toekomst.

Museumeducatie komt zelden expliciet in de drie NMV-publicaties aan de orde, maar men richt zich wel nadrukkelijk op de publieksfuncties van het museum. Educatie is daarvan een vanzelfsprekend onderdeel. Bovendien vindt 12,7% van de in *Tussen nijlpaard en chimpansee* bevroegde museummedewerkers dat voorlichting en educatie taken zijn die de overheid structureel moet bekostigen; ze zien die dus kennelijk niet als de kerntaken van een museum.

Ook adviezen aan de overheid in deze periode onderkennen het belang van de publieksfunctie en meer specifiek de educatie in musea. Zo gaat de Raad voor Cultuur in de *Adviesaanvraag publieksbereik hedendaagse beeldende kunst/musea* (29 januari 2002) in op de veranderende rol van de betrokken musea. Zij moeten zoeken naar verbreding en verdieping, waarbij educatie en marketing belangrijke elementen kunnen zijn: 'De verdere ontwikkeling ervan verdient intensieve aandacht en ondersteuning, waarbij het, naar de mening van de Raad, vooral aankomt op een goede onderlinge afstemming tussen musea en onderwijs.' De raad merkt verder op dat grotere musea niet zoveel aan educatie doen en dat juist de kleinere musea zich meer inzetten om de band met het publiek te verstevigen.

## BELEIDSNOTA'S

De cultuurnota voor 2005-2008, *Meer dan de som*, gaat niet in op cultuureducatie en museumeducatie. Daarvoor zijn het Actieplan Cultuurbereik 2005-2008 en het daarin geïntegreerde Cultuur en School van belang.

In 2004 maakt de rijksoverheid bestuurlijke afspraken voor de tweede Actieplanperiode 2005-2008 met provincies, gemeenten, IPO en VNG. In de landelijke evaluatie van de eerste periode 2001-2004 wordt geconstateerd dat musea en andere culturele instellingen sinds 2001 merkbaar meer zijn gaan samenwerken, onderling dan wel met scholen. Daarnaast heeft de culturele sector meer oog gekregen voor publieksgericht werken.

De effecten van Cultuur en School zijn in 2004 nog niet meetbaar. De cultuurdeelname van jongeren en allochtonen lijkt niet echt gegroeid. Maar dat kan ook liggen aan het feit dat de onder jongeren populaire cultuurvormen niet worden gemeten in de participatieonderzoeken van SCP en CBS.

In *Cultuurminnaars en cultuurmijders* (2005) wordt wel enig effect in museumbezoek geconstateerd: 'In de meest recente periode 1999-2003 was er bij kinderen en jeugdigen sprake van een duidelijke toename, hetgeen lijkt te duiden op enig succes van de beleidsimpuls Cultuur en school.'

Het vooradvies van de Raad voor Cultuur, *Cultuur meer dan ooit* (2005), geeft een uitgebreide analyse van de stand van zaken in de diverse culturele sectoren. De raad constateert dat dankzij het beleid Cultuur en School de relatie van musea met het onderwijs sterk verbeterd is: 'Vraag en aanbod zijn beter op elkaar afgestemd en museumbezoek maakt vaker deel uit van het reguliere onderwijsprogramma.' Jongeren bezoeken vaker een museum, zij het door schoolprojecten en niet door vrijwillig, buitenschools bezoek. De raad concludeert dat de rijksoverheid vooral het museumbezoek van schooljeugd dient te stimuleren en faciliteren. Dat is dé manier om de zo belangrijke vroege kennismaking van allochtone en laagopgeleide mensen met cultuur te realiseren.

Staatssecretaris Van der Laan brengt met *Bewaren om teweeg te brengen* in 2005 een museumnota uit. De eerste, zoals ze zelf zegt, sinds 1976 met een integrale visie op het museumbestel. Van der Laan prijst de hernieuwde aandacht sinds eind jaren negentig voor publieksbereik, niet alleen in het overheidsbeleid, maar ook bij de musea zelf. Het onderwijs als grote klant, samenwerking met andere erfgoedinstellingen en de maatschappelijke trend tot verdieping en engagement noemt de staatssecretaris als kansen voor musea. Een bedreiging is de stilgevallen groei van bezoekersaantallen; vooral jongeren, de leeftijdsgroep 25-35 jaar en allochtonen mijden het museum. Ook het grote aantal musea en de verpretparking vormen in haar ogen bedreigingen. Van der Laan dringt erop aan dat musea zichzelf sterker profileren. Niet ieder museum moet hetzelfde zijn. En als een museum kiest voor publiek en educatie, moet dit niet halfslachtig, maar inventief en flexibel aangepakt worden.

Via een fonds als de Mondriaanstichting komt er flexibel budget voor de musea; de nadruk ligt daarbij op vernieuwing van publiek en op diversiteit, educatie en de canon. Cultuureducatie, vooral de brug tussen culturele instellingen en de scholen, zal apart aandacht krijgen via het Actieplan Cultuurbereik, Cultuur en School en een nieuwe regeling (de latere Regeling versterking cultuureducatie in het primair onderwijs).

De Raad voor Cultuur brengt in maart 2007 advies uit over de agenda voor het beleid 2008-2012 en de basisinfrastructuur van rijks gesubsidieerde instellingen. Zoals de titel *Innoveren, participeren!* al zegt, wil de raad vooral vernieuwing, ook bij musea: 'Onder invloed van oude en nieuwe media is er de laatste decennia een nieuwe beeldcultuur ontstaan, waarbij musea moeten aansluiten. Juist op het gebied van educatie en presentatie zijn vernieuwing en experiment daarom van het allergrootste belang.' Dit vernieuwingsproces vergt volgens de raad externe ondersteuning.

De nieuwe minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) Plasterk, die zelf cultuur in zijn portefeuille heeft, zet het voorgaande beleid voort. In *Kunst van Leven, Hoofddlijnen van cultuurbeleid 2008-2012* staat de intentie om verder te investeren in aantrekkelijke vormen van presentatie en educatie in musea.

## GRATIS MUSEA

Al vanaf 2001 discussieert de politiek over gratis musea als middel tot bevordering van cultuurdeelname en cultuurspreiding. De Raad voor Cultuur is van oordeel dat hiermee geen nieuwe publieksgroepen worden getrokken. Het geld kan beter worden besteed aan een aantoonbaar struikelblok, namelijk vervoer voor de schooljeugd. Toch dient de Tweede Kamer in 2006 een meerderheidsmotie in waarin het Ministerie van OCW wordt gevraagd om musea gratis toegankelijk te maken voor alle Nederlanders. Staatssecretaris Van der Laan is fel tegen, zich daarbij baserend op diverse onderzoeken naar de effectiviteit van dit middel, zoals het in opdracht van OCW uitgevoerde onderzoek *Musea en plein publique* (2002). Behalve Van der Laan en de Raad voor Cultuur vinden ook de NMV en VRM (Vereniging van Rijksmusea) een algemene gratis openstelling ineffectief. Hun

argumenten zijn dat deze generieke maatregel erg duur is, cultureel ondernemerschap ondergraaft en, het belangrijkste, dat gratis entree weliswaar leidt tot meer museumbezoek, maar uitsluitend door mensen die musea toch al bezoeken. Het werkt nauwelijks om nieuwe bezoekers te lokken. De Tweede Kamer zet de motie desondanks door.

Minister Plasterk kiest een compromis door de rijksmusea gratis open te stellen voor kinderen tot en met 12 jaar, met de intentie om dit ook bij andere musea te stimuleren. Aanvankelijk stuit zijn plan op veel bezwaren, vooral bij musea die veel gezinnen met kinderen trekken. Zij zien hun inkomsten verdwijnen. Wie gaat er immers naar een klein(er) museum als de grote landelijke musea gratis zijn? Op Prinsjesdag 2008 maakt Plasterk bekend dat 5,4 miljoen euro wordt uitgetrokken voor de komende vier jaar, bestemd om alle musea die lid zijn van de NMV gratis toegankelijk te maken voor kinderen in de basisschoolleeftijd.

## EVALUATIEONDERZOEK

Evaluatieonderzoek naar museumeducatie is zeldzaam. In *Onzichtbare drempels* (2005) maakt Letty Ranshuysen een secundaire analyse van achttien recente onderzoeken naar museumpubliek en museumactiviteiten. Ze constateert dat er steeds vaker een combinatie is van recreatie en educatie: zowel leuk als leerzaam. Ook ouders zoeken die combinatie, zodat educatiemateriaal voor de basisscholen steeds meer ook aan gezinnen en andere gezelschappen wordt aangeboden.

Cultuureducatie voor kinderen en jongeren blijft hoogdrempelig, omdat hun kennis, interesses en voorkeuren niet aansluiten op de gevestigde cultuur.

Ranshuysen signaleert ook andere belemmeringen: 'In evaluaties van cultuureducatieprogramma's komt naar voren dat cultuureducatie, zowel in het basisonderwijs als in het voortgezet onderwijs, wordt belemmerd door gebrek aan specifieke deskundigheid, capaciteit, geld en tijd op de scholen. Ook ontbreekt het vaak aan duidelijke aanspreekpunten. Netwerkoverleggen verzanden al snel, omdat docenten er geen tijd voor kunnen vrijmaken. Het blijkt in ieder geval heel lastig om binnen het overvolle lesprogramma een plek te vinden voor culturele activiteiten. Daarnaast ontbreekt het aan draagvlak op veel scholen: het merendeel heeft geen heldere visie op cultuureducatie. Vaak blijkt dan ook dat de gewenste voorbereiding van museumbezoek of inbedding in het curriculum daarvan niet tot stand komt.'

## DE PLEK VAN EDUCATIE

In april 2007 is er een studiemiddag voor museummedewerkers van de afdelingen marketing en educatie, met als doel de samenwerking tussen beide te stimuleren. Tijdens de bijeenkomst blijkt dat marketingmedewerkers doorgaans meer gericht zijn op kwantitatieve doelen - meer bezoekers - terwijl educatiemedewerkers vooral de kwaliteit van het bezoek willen verhogen. De aanwezigen krijgen de opdracht om samen plannen te bedenken waarmee beide doelen verwezenlijkt kunnen worden. Vanzelfsprekend is de samenwerking tussen marketing en educatie nog lang niet, zo blijkt deze middag.

Marie-Louise de Noo onderzoekt in 2003 de opvattingen van een aantal directeurs van musea voor hedendaagse kunst over de functie en plaats van educatie. Ze constateert dat de meeste musea educatie van belang achten. Museum Jan Cunen in Oss is het enige museum dat educatie als primaire taak ziet. Vanuit die primaire taak geeft dit museum vaak het aankoop- en presentatiebeleid vorm; alle medewerkers hebben een aandeel in de educatieve activiteiten, van directeur tot en met suppoost en van conservator tot en met baliemedewerker.

Het spanningsveld tussen conserveren en presenteren is in veel musea nog latent aanwezig, maar over het bestaansrecht van educatie gaat de discussie allang niet meer.

## DOELEN VAN MUSEA

Nog steeds streven musea drie doelen na: de bezoeker moet kennis opdoen, hij moet zich bewust worden van bepaalde maatschappelijke kwesties en hij moet het naar zijn zin hebben. In *Museum-educatie in de praktijk; Trendrapport museumeducatie 2007* wordt geconstateerd dat het overdragen van kennis en inzicht en het vergroten van het plezier in het bezoek de belangrijkste doelstellingen zijn. De laatste tien jaar is het bevorderen van beleving en inleving belangrijker geworden. Een voorbeeld van een museum dat educatie al decennia lang hoog in het vaandel heeft, zij het met telkens andere accenten, is Museum Boijmans van Beuningen in Rotterdam. Nienke Deelstra beschrijft in haar doctoraalscriptie de ontwikkelingen van de educatieve activiteiten van dit museum. Bij de laatste verbouwing en herinrichting die onder het directeurschap van Chris Dercon wordt doorgevoerd en in 2003 wordt opgeleverd, ligt de nadruk op leren. Het museum wil behalve een plek om kunst te ervaren nadrukkelijk ook een kenniscentrum zijn en stemt daar de nieuwe inrichting op af. In het – inmiddels weer verdwenen – digitaal depot kunnen bezoekers allerlei soorten informatie oproepen rondom objecten in de collectie. In de zogeheten datawolk is het gehele bezit van het museum opgeslagen. De bezoeker kan hierin allerlei gegevens over de collectie opzoeken, bij voorbeeld hoeveel schilderijen het museum heeft of hoeveel objecten afkomstig zijn uit een bepaald lefaat. Ook deze datawolk is inmiddels niet meer voor het publiek beschikbaar. Rutger Wolfson, tot voor kort directeur van De Vleeshal in Middelburg en tegenwoordig directeur van het Internationaal Filmfestival in Rotterdam, houdt in zijn publicatie *Het museum als plek voor ideeën* (2007) een pleidooi om 'het museum op te vatten als bijzondere vorm van openbare ruimte; een plek voor reflectie op en debat over de samenleving'. Hij wil een onderwerp graag vanuit allerlei invalshoeken belichten en betreft niet alleen beeldend kunstenaars bij zijn museumprojecten, maar ook choreografen, musici, modeontwerpers, architecten en andere deskundigen. 'Langs deze weg is het voor musea gemakkelijker inzichten te bieden in ontwikkelingen die zich in de samenleving voltrekken en hier betekenis aan te geven', aldus Wolfson, want 'musea moeten zichzelf opnieuw legitimeren en zich meer nadrukkelijk tot de samenleving verhouden, is mijn stelling. Hoe ze dat doen moet elk museum voor zichzelf nagaan, juist omdat het hierbij gaat om hun specifieke eigen identiteit.'

## EDUCATIE OF SENSATIE

Het museum moet zich een plek zien te verwerven in de concurrentiestrijd tussen dierentuinen, pretparken en andere bronnen van vermaak. Het moet daartoe gebruikmaken van zijn sterke kanten, vinden sommige musea, namelijk de stilte en de mogelijkheid kennis te maken met kunstwerken en objecten die nergens anders te zien zijn. Andere musea zijn van mening dat wie volstaat met het presenteren van hun collectie, het onderspit delft in de slag om bezoekers. Musea moeten juist aspecten uit de pretparkindustrie gebruiken om mensen te verleiden tot museumbezoek. Opvallend is overigens dat dit laatste standpunt vooral onder (cultuur)historische musea leeft. Kunstmusea volhardten doorgaans in het samenstellen en vormgeven van 'klassieke' tentoonstellingen. 'Verpretparking is zeker niet nodig', zegt een medewerker van het Van Gogh Museum tijdens een aldaar georganiseerde studiedag over publieksonderzoek op 27 november 2006. 'Mensen willen leren in musea. Je moet alleen weten wát mensen willen weten en wat hun instapniveau is. Daar moet je iets boven gaan zitten met je informatieoverdracht en absoluut niet eronder.' Vooral de historische musea experimenteren met allerlei presentatievormen die het bezoek aantrekkelijker moeten maken. Op 17 januari 2006 heeft de Sectie historische en archeologische musea van de Nederlandse Museumvereniging een bijeenkomst in de Dungeon in Amsterdam met als doel van deze toeristische attractie te kunnen leren (zie [www.museumvereniging.nl](http://www.museumvereniging.nl) > historische musea > verslagen). 'Real horrible history – live!' is de slogan van de Dungeon, vertelt Gordon Mutton van Merlin Entertainments – de organisatie die de verschillende vestigingen van de Dungeon exploiteert.

De Dungeon werkt met professionele acteurs die het publiek op allerlei manieren betreft bij en confronteert met feiten uit de geschiedenis. Er wordt gewerkt met geur, geluid en beeld. 'Having fun with history's horrible bits', zoals Mutton zegt. De Dungeon wil verrassen, informeren en onderwijzen. Herkenbare doelen, vinden de meeste aanwezige museummedewerkers, al is de Dungeon in een en ander doorgeschoten. Ze prefereren presentaties met meer historische context en een accent op educatie in plaats van op sensatie.

Toch steken allerlei aspecten van de 'belevenisindustrie' in de museumwereld de kop op.

Rondleidingen worden steeds interactiever, bezoekers worden uitgedaagd zelf actief te zijn en geur en geluid worden ingezet als middelen om bezoekers zich beter te laten inleven in het thema. Er zijn diverse educatieve presentaties of programma's waarbij de bezoeker kennismaakt met historische personen, zodat identificatie mogelijk is.

Een enkele keer krijgt de bezoeker opdracht een ontbrekend stuk uit de collectie te vinden of zelfs een moord op te lossen. Dergelijke activiteiten moeten het museumbezoek spannender maken.

Het in december 2006 geopende Nederlandse Instituut voor Beeld en Geluid in het Media Park in Hilversum heeft er zelfs bewust voor gekozen zich geen museum meer te noemen. 'Onvergetelijk' is de ondertitel van Beeld en Geluid en de 'Media Experience'. Iedereen kan zijn eigen bezoek 'samenstellen': via een ring logt de bezoeker in en kiest door wie hij wordt rondgeleid en wat hij wil zien. Desgewenst kan hij thuis alles nog eens rustig terugkijken.

Valentijn Byvanck, directeur van het Zeeuws Museum in Middelburg vertelt tijdens een studiemiddag op 25 januari 2008 dat hij zich door winkels en etalages laat inspireren. Juweliers in Antwerpen stellen hun sieraden zo uit dat drommen mensen ernaar kijken. Ook vitrines in musea zouden zo uitnodigend moeten zijn. Bezoekers van zijn museum moeten vooral kijken en zich verbonden gaan voelen met de objecten. Byvanck vindt het verstrekken van informatie van ondergeschikt belang. Nieuwe en oude objecten staan en hangen door elkaar. 'Het Zeeuws Museum moet een reclamebureau voor de Zeeuwse cultuur zijn', zegt Byvanck, 'mensen moeten het gevoel krijgen boven de grond te zweven, zó mooi moeten ze het vinden.' Het liefst mochten bezoekers van hem de objecten ook aanraken. Omdat dat niet altijd kan, zijn op verschillende plekken filmpjes te zien die de voorwerpen dichterbij moeten brengen. Zijn manier van presenteren doet sommige conservatoren de haren te berge rijzen. De klederdracht en overig textiel hangt bijvoorbeeld in kledingrekken of ligt opgevouwen net als in een modezaak. Voor het behoud van textiel is dat niet bevorderlijk, maar dat vindt Byvanck van ondergeschikt belang.

Beleving en educatie moeten ook een belangrijk onderdeel worden van het nieuw op te richten Nationaal Historisch Museum. Nationale geschiedenis, momenteel erg in de belangstelling, moet hier op een aansprekende manier vormgegeven worden. De inhoudelijke directie komt in handen van de al genoemde Valentijn Bijvanck. Algemeen directeur wordt Erik Schilp, die de afgelopen twee jaar als directeur het Zuiderzeemuseum in Enkhuizen opnieuw op de kaart heeft gezet. Om het publiek te verleiden dit museum (nogmaals) te bezoeken, betreft hij onder meer beeldend kunstenaars bij zijn plannen. Hun werk kan op verrassende plekken worden aangetroffen tussen het erfgoed.

## EDUCATIEVE STRATEGIEËN

Het publiek wil graag iets van het museumbezoek opsteken, is het uitgangspunt van de meeste musea. De laatste jaren staat de theorie over leerstijlen van Kolb in de belangstelling. Kolb introduceert zijn theorie dat ieder mens een eigen voorkeurstijl van leren heeft, al in 1984. Het Victoria & Albertmuseum in Londen is een van de eerste musea die zijn ideeën gebruikt, bij de nieuwe inrichting van de afdeling British Galleries. In 2003 wordt het V & A het Europese Museum van het jaar en dat levert extra aandacht van collega-musea op. Zo doet Kolb ook zijn intrede in Nederlandse musea.

Bezoekers blijken langer dan gemiddeld in het museum te verblijven en meer tevreden, wanneer het museum bij de inrichting rekening houdt met diverse leerstijlen. Kolb onderscheidt vier leerstijlen: dromer, denker, beslisser, doener. De een wil liever dingen te weten komen door zelf actief bezig te zijn. Voor hen is onder meer 'hands-on' begeleiding beschikbaar. Een ander leest graag veel teksten en weer een ander houdt van kijken en vergelijken. In Nederland starten diverse experimenten om tentoonstellingen en presentaties te laten tegemoetkomen aan de voorkeursleerstijlen van iedere bezoeker. De ervaringen met deze werkwijze worden gepresenteerd tijdens studiedagen en in publicaties.

Uit New York komt het begrip museumschool overwaaien, waarbij een museum een school min of meer adopteert. De school hanteert het principe van 'museum-based learning', waarbij het museum de leerlingen een rijke leeromgeving biedt. Dit vergt een zeer intensieve samenwerking tussen leerkrachten en educatieve medewerkers van het museum. De ideeën sluiten aan bij ontwikkelingen als het studiehuis en buitenschools leren in de verlengde schooldag. Museum Jan Cunen en het Hooghuis Lyceum in Oss openen in 2003 de eerste Nederlandse museumschool. In nieuwbouw van een van de schoollocaties worden lokalen ingericht die voldoen aan de voor museale werken vereiste klimatologische omstandigheden. Het museum heeft een dependance in de school waar het delen van zijn collectie tentoon stelt. Leerlingen kunnen rondom de kunstwerken opdrachten krijgen dan wel zelf praktisch aan het werk gaan onder begeleiding van een kunstenaar of vakdocent. Daarnaast bezoeken de leerlingen regelmatig het museum zelf.

Ook in Den Haag start een intensieve samenwerking tussen een school en culturele instellingen. Het Johan de Witt College ontwikkelt een methode die cultuurgebaseerd onderwijs wordt genoemd (CGO). De leerstijlen van Kolb en de theorie over meervoudige intelligentie van Gardner vormen de grondslag. Cultuur loopt bij CGO als rode draad door alle lesstof. Culturele activiteiten vormen vaak aanleiding voor invulling van het onderwijsprogramma. Leerlingen brengen een substantieel deel van de lestijd buiten de school door bij de participerende culturele instellingen (musea, archieven, theaters en dansgezelschappen). Als museale partner tijdens de ontwikkeling van het CGO in Den Haag fungeert het Volksbuurtmuseum. Dit wordt op 1 september 2004 omgedoopt tot Zcala en vervolgens in 2005 opgeheven. CGO is nog op enkele andere scholen in ontwikkeling. Mede door ontwikkelingen als de brede school en cultuurprofiel scholen zal op meer plaatsen in Nederland intensievere samenwerking ontstaan tussen scholen en culturele instellingen (waaronder musea).

## KINDERPRESENTATIES

Halverwege de jaren zeventig van de vorige eeuw start een aantal kunst- en cultuurmusea met speciale presentaties voor kinderen en/of jongeren. In de jaren tachtig en negentig verdwijnen deze educatieve tentoonstellingen, maar begin van deze eeuw wordt de draad weer opgepakt. Alleen het Tropenmuseum Junior in Amsterdam richt zich al sinds 1975 uitsluitend op kinderen. Slogan is 'Een bezoek is een belevenis'. Doelstelling is 'dat kinderen kennismaken met een andere culturele identiteit aan de hand van de materiële (objecten) en immateriële cultuur (dansen, liederen, verhalen)'.

Het Centraal Museum in Utrecht start in 1999 Kids Centraal. Op de zolderverdieping is telkens een presentatie voor kinderen die aansluit bij een tentoonstelling elders in het gebouw. Als in 2006 het dick bruna huis aan de overkant van het Centraal Museum zijn deuren opent, concentreren de educatieve activiteiten zich hierop en stopt Kids Centraal.

In 2005 opent in het Haags Gemeentemuseum 'Wonderkamers', een semipermanente opstelling die leerlingen van het voortgezet onderwijs een kijkje op de diversiteit van de collectie biedt. Ook diverse andere musea openen een kinderpresentatie of kinderafdeling. Met 'In Mokum staat een huis' wint het Joods Historisch Museum in 2002 de Museumprijs van het Prins Bernhard Cultuurfonds. Inmiddels is de kinderpresentatie van dit Amsterdamse museum in geheel hernieuwde vorm heropend als JHM Kindermuseum.

In 2001 start in Rotterdam Villa Zebra. Dit is geen instelling met een eigen collectie, maar een die samen met kunstenaars wisselende tentoonstellingen beeldende kunst organiseert voor kinderen van 4 tot 12 jaar. Zelf beeldend bezig zijn in workshops is een belangrijk onderdeel van de activiteiten van Villa Zebra. Een vergelijkbaar initiatief is het in 2008 geopende Huis van Aristoteles op het Westergasfabriekterrein in Amsterdam. Dit is ontstaan uit een samenwerking tussen leerkrachten, ouders en kunstenaars.

Overigens komen er ook weer steeds meer 'echte' kunst- en cultuurmusea met een atelier – al of niet tijdelijk – waar kinderen, jongeren of volwassenen zelf aan de slag kunnen in workshops. Hun producten krijgen vaak gedurende een bepaalde periode een plek in het museum. Ook kindertekeningen of –werkstukken van leerlingen bij of na een museumbezoek kunnen in de musea worden aangetroffen. Dit kwam in de op kunst gerichte periode van de jaren tachtig en negentig zelden (meer) voor. Niet alleen de kleine en middelgrote musea, maar ook de grote kunstmusea, zoals het Bonnefantenmuseum, het Groninger Museum, het Stedelijk Museum en het Van Gogh Museum geven kinderproducten een plek.

## PERSOONLIJKE BEGELEIDING

Op 6 december 2007 stelt de Sectie Publiek en Presentatie van de Museumvereniging tijdens een rondetafelgesprek de rol en de positie van rondleiders aan de orde. Hoewel in veruit de meeste musea de functie van rondleider en van suppoost nog gescheiden zijn, duiken her en der mengvormen op. Zo beschikt het Van Abbemuseum in Eindhoven over gastheren en –vrouwen die op vrijwillige basis zaalwacht zijn. Ze krijgen een inhoudelijke training en kunnen informatie verstrekken aan de bezoeker. Van hen wordt echter niet verwacht dat ze alles weten; ze kunnen een beroep doen op de zogeheten cicerone, een vraagbaak die door het gebouw heenloopt en via een portofoon oproepbaar is. Aan het publiek wordt dit systeem via tekstborden uitgelegd. Het Van Abbemuseum komt hiermee tegemoet aan de behoefte van bezoekers aan persoonlijke uitleg bij een kunstwerk. Vooral kinderen en jongeren vinden zo'n aanspreekpunt prettig. Dat blijkt uit panelgesprekken met groepen kinderen en jongeren, onderdeel van het *Behoeftedonderzoek* dat Cultuurnetwerk Nederland in 2004 voor Museum de Fundatie in Zwolle uitvoerde.

Over het algemeen is de tendens om rondleidingen interactiever te maken. De bezoeker krijgt zo het gevoel persoonlijker te worden benaderd. Dit betekent een omslag voor de vrijwilligers die al jaren een klassieke rondleiding verzorgen. Diverse musea werken eraan deze omslag te bewerkstelligen. Een geheel andere groep rondleiders zijn kinderen of jongeren. Het Museum voor Moderne Kunst in Arnhem betreft in 2004 jongeren bij het bedenken en realiseren van de tentoonstelling 'Neverland', die voornamelijk bestaat uit interactieve installaties van hedendaagse kunstenaars. Na de opening fungeren de jongeren op gezette tijden als gastheer of -vrouw.

Het Fries Museum werkt al enkele jaren met juniorgidsen. Leerlingen uit groep 7 en 8 krijgen een cursus, waarna zij bezoekers rondleiden langs objecten die hen het meest aanspreken. Als eerste neemt het Muiderslot dit concept over, maar al spoedig gaan ook andere musea experimenteren met rondleidingen door kinderen. Dit blijft echter doorgaans beperkt tot speciale gelegenheden, bij voorbeeld open dagen of andere evenementen. Een van de voorbeelden hiervan is het Bonnefantenmuseum dat eens per jaar samen met scholieren en studenten M2LIVE organiseert. Tijdens deze op jongeren gerichte MuseumMarathon kunnen bezoekers een Art trip volgen, een tour door het museum die wordt verzorgd door jongeren.

Ook het Centraal Museum heeft een groep jongeren aan zich weten te binden. Er is een commissie gevormd van zeven jongeren (zowel werkend als studerend) die elk een eigen achterban vertegenwoordigen. Onder de naam Xpose worden diverse activiteiten bij tentoonstellingen bedacht en gepresenteerd. De jongeren informeren via hun eigen kanalen vrienden en bekenden over de evene-

menten; deze zijn ook op de website te vinden. Het Centraal Museum wil met Xpose vooral bezoekers tussen de 18 en 25 jaar bereiken.

Sinds september 2008 probeert het Stedelijk Museum in Amsterdam een iets jongere doelgroep aan zich te binden. Vijftien jongeren tussen de 15 en 19 jaar, de Blikopeners, adviseren het museum en organiseren activiteiten.

## EVENEMENTEN

Evenementen zoals het al genoemde M2LIVE in Maastricht zijn in de afgelopen tien jaar gemeengoed geworden. Bijna ieder zichzelf respecterend museum doet mee aan de museumnacht, het museumweekend of organiseert een concert. Een enkele auteur wijst erop dat het belangrijk is dat de activiteit aansluit bij de collectie. Bezoekers die tijdens de museumnacht in een museum bijvoorbeeld hun favoriete dj kunnen beluisteren, zullen teleurgesteld zijn als ze van diens muziek bij een later bezoek aan het museum niets meer merken.

Musea zijn het erover eens dat evenementen als de museumnacht een nieuw en vaak jong publiek trekken. Wel is er twijfel over het duurzame effect. Hoeveel mensen die een museumnacht bezoeken, keren later nog eens terug om een tentoonstelling rustig te bekijken? Het vermoeden is dat dit slechts in uitzonderlijke gevallen gebeurt, maar harde cijfers hierover zijn niet beschikbaar. Een kleinschalig onderzoek heeft uitgewezen dat een gering percentage van de museumnachtbezoekers terugkomt (Siebenga 2003).

Desondanks zijn evenementen als de museumnacht niet meer weg te denken uit het culturele leven in de grote stad. In Amsterdam, de stad die als eerste een museumnacht organiseerde, neemt het aantal deelnemende instellingen nog jaarlijks toe. Ook elders groeit de populariteit nog steeds. Het aantal beschikbare toegangskarten voor optredens van dj's of bands in musea is vrij snel uitverkocht.

Het jaarlijks terugkerende museumweekend, georganiseerd door de Nederlandse Museumvereniging, heeft doorgaans een thema als uitgangspunt. De meeste musea zijn gedurende dit weekend gratis toegankelijk en lokken bezoekers met tal van activiteiten. Deze activiteiten sluiten nauwer op de eigen collectie aan dan die tijdens de museumnachten. Vaak gaat het om activiteiten voor kinderen, zodat het familiebezoek gedurende dat weekend wordt gestimuleerd.

## INZET VAN DIVERSE KUNSTDICIPLINES

Het inzetten van acteurs en andere vormen van theater komt in verschillende, met name cultuurhistorische musea, al jaren voor. Stijkel pleit in *Museumpeil* (2003) voor het aanbieden van levende geschiedenis en ziet dit als een van de manieren om informatie over te brengen: 'Het kan bovendien een succesvol onderdeel zijn van het culturele ondernemerschap van vooral cultuurhistorische musea en inspelen op de huidige 'beleveniseconomie'. Voorwaarde is echter gedegen historisch onderzoek en een verantwoorde presentatie door professionele acteurs of zeer geoefende amateurs. Levende geschiedenis biedt tevens mogelijkheden voor samenwerking met de plaatselijke historische vereniging en met theatergezelschappen.'

Ook kunstmusea onderzoeken mogelijkheden van andere kunst disciplines om een tentoonstelling of collectie toegankelijk te maken. Tijdens een studiedag in 2005 in het Van Abbemuseum bezinnen deelnemers zich op de mogelijkheden van dans, film en theater binnen museumeducatie.

Het Rijksmuseum in Amsterdam vraagt in 2006 twintig dichters, onder wie Anna Enquist, Judith Herzberg, Rutger Kopland en Driek van Wissen, een gedicht te schrijven bij de tentoonstelling 'Alle schilderijen van Rembrandt in het Rijksmuseum'. Hoofddirecteur De Leeuw over dit project: 'Uit de gedichten blijkt wederom dat de kunstenaar nog niets aan actualiteit heeft ingeboet. Rembrandt

vertolkte immers niet enkel uiterlijkheden, maar weet ons intens te raken door de ziel van zijn modellen op weergalozе wijze te verbeelden.' Het Rijksmuseum wil via de gedichten de bezoeker stimuleren tot een intense manier van kijken.

Het Haags Gemeentemuseum ontwikkelt een project voor kleuters waarbij het thema gevoelens centraal staat. Naar aanleiding van vier schilderijen van de kunstenaar Constant praten kleuters over bang zijn en blij zijn. Zij voeren een schimmenspel op en gaan in het museumatelier tekenen, terwijl ze luisteren naar muziekfragmenten van de componist Sjostakovitsj. Het Van Gogh Museum betreft dans bij zijn tentoonstelling van Egon Schiele in 2005. Gedurende de openingstijden voeren dansers doorlopend performances uit. Daarnaast vinden op gezette tijden dansvoorstellingen plaats. Het persbericht zegt hierover: 'Als onderdeel van de expositie worden op uitnodiging van het Van Gogh Museum live performances en dansvoorstellingen van Marina Abramovic en Dansgroep Krisztina de Châtel uitgevoerd in de tentoonstellingszalen. Hun gedeelde fascinatie voor het menselijke lichaam verbindt hun werk met dat van Schiele.' Het museum probeert in de combinatie beeldende kunst en dans inhoudelijk een extra dimensie aan te brengen en extra publiek te interesseren.

Sinds 2002 wordt op acht plaatsen in Nederland de opleiding Beroepskunstenaars in de Klas (BIK) gegeven aan kunstenaars met een kunstvakopleiding die projecten voor en met scholen willen doen. Ook voor musea zijn dergelijke 'BIK'ers' interessant, omdat zij vanuit hun praktijk als kunstenaar plannen kunnen ontwikkelen. Naast beeldend kunstenaars volgen ook dansers en musici de opleiding en sinds 2005 zijn er de eerste interdisciplinaire museumprojecten voor het onderwijs door BIK'ers ontwikkeld. In de nabije toekomst zijn meer van dergelijke projecten te verwachten.

## VERHALEN VERZAMELEN

In 2003 verrichten Wil Oud en Ron Oostdam onderzoek naar het verzamelen van verhalen door musea en concluderen onder meer: 'Verhalen worden om verschillende redenen in museale context verzameld en gebruikt, zo blijkt uit de enquêtes in Nederland. Museale objecten krijgen een extra betekenis, de presentatie wordt aantrekkelijker, het trekt meer publiek, of een ontmoeting tussen groepen wordt bevorderd.'

Musea hopen dat een verhalende aanpak bezoekers zal aanspreken. Oud en Oostdam onderzoeken in opdracht van Museum Ons' Lieve Heer op Solder of dat inderdaad het geval is. Zij houden twee metingen onder bezoekers van het museum, eentje tijdens een 'gewone' opstelling en eentje tijdens de tentoonstelling 'Van Doop tot Dood'. Deze expositie heeft de zeven sacramenten van het katholieke geloof tot onderwerp, een onderwerp dat bij veel katholiek opgevoede Nederlanders herinneringen en verhalen oproept. Via de publiciteit bij de tentoonstelling wordt gewezen op het 'Verhalentaltaar' en worden bezoekers opgeroepen om een persoonlijk voorwerp mee te nemen dat hen herinnert aan een van de zeven sacramenten. In een speciaal hiervoor mooi beklede kast in het museum kan hiervan een foto worden gemaakt. De bezoeker vertelt het verhaal dat erbij hoort aan een museummedewerker die het optekent of de bezoeker schrijft het zelf op. Deze verhalen worden op de website van het museum geplaatst. Daarnaast bestaat de mogelijkheid anekdotes en herinneringen op te schrijven op losse bladen. Via de audiotour ten slotte zijn verhalen te horen van bekende en minder bekende Nederlanders over herinneringen aan hun eerste communie, vormsel of huwelijk.

Ons' Lieve Heer op Solder beschouwt deze aanpak als experiment: 'Verwacht wordt dat dankzij de interactie de beleving van het bezoek wordt versterkt en de museale ervaring verrijkt. Dit moet leiden tot een hogere waardering van het museumbezoek.' De tweede meting door Oud en Oostdam wijst uit dat de waardering voor het museumbezoek inderdaad significant is toegenomen.

In de afstudeerscriptie van Arjette van Dulmen, over de wijze waarop kunstmusea hun publiek betrekken bij de presentatie, zijn andere voorbeelden te vinden van musea die persoonlijke verhalen een plek geven in hun collectie. Zo voert het Haags Gemeentemuseum gedurende zes jaar een

project uit met het Johan de Witt College en het Volksbuurtmuseum. Leerlingen van het Johan de Witt schrijven een verhaal en zoeken daar een kunstwerk uit de collectie bij. Vervolgens maken zij zelf beeldend werk. Van het gehele project wordt jaarlijks een tentoonstelling gemaakt in het Volksbuurtmuseum. Museum Boijmans van Beuningen ontwikkelt het project 'Verzamelplaatsen'. Hier vormen verhalen van mensen – in dit geval bewoners van de wijk Feijenoord – eveneens startpunt van het project dat in het museum eindigt.

Ook in de publicatie *Blauwdruk* wordt verwezen naar musea die verhalen een plek proberen te geven binnen hun presentatie- en of verzamelbeleid. Zcala, het voormalige Volksbuurtmuseum, maakt voor de tentoonstelling 'Komen en gaan' gebruik van verhalen van immigranten.

Het Amsterdams Historisch Museum start een intensieve samenwerking met Buurtonline, een digitaal trapveld in Amsterdam Oost. Bedoeling is om via de verhalen van buurtbewoners te komen tot informele geschiedschrijving van een deel van Amsterdam. Vrijwilligers uit de buurt worden getraind, zodat zij verhalen kunnen optekenen uit de mond van mensen uit hun omgeving die hen interessant lijken. Zo ontstaat een website die voortdurend aangevuld en uitgebreid kan worden ([www.hetgeheugenvanoost.nl](http://www.hetgeheugenvanoost.nl)). Het concept 'het geheugen van' is inmiddels al in verschillende steden en regio's overgenomen en wordt in 2008 vanuit de Brabantse Museumstichting ook in de provincie Brabant geïmplementeerd. De ervaringen van het Amsterdams Historisch Museum komen bij de verspreiding van pas. Het scholen van de vrijwilligers en het bijhouden van de site vergt vanzelfsprekend veel tijd. Het Amsterdams Historisch Museum heeft zich afgevraagd of de coördinatie over een dergelijke website tot de museale taken moet worden gerekend en of verhalen tot het verzamelgebied van het museum zouden moeten behoren. Het museum heeft besloten om de site wel degelijk op te nemen in de collectie. Het scholen van vrijwilligers die verder gaan met het verzamelen van verhalen wordt overgedragen aan meer buurtgerichte organisaties. Financiering van de voortzetting hiervan en van andere vergelijkbare projecten is echter een probleem. Inmiddels begeven ook archieven zich op het terrein van verhalen (laten) schrijven en verhalen verzamelen.

## VERBREDING VAN HET PUBLIEK

Naast aantrekkelijke presentaties wordt ook op andere manieren gepoogd een zo breed mogelijk publiek aan zich te binden. Focusgroepen en panels worden naar hun mening gevraagd. In 2004 start Museum Volkenkunde in Leiden met het voorleggen van thema's voor tentoonstellingen aan het potentiële publiek. Jaarlijks maakt het museum een grote tentoonstelling voor langere tijd en enkele kleinere tentoonstellingen. Omdat de grote tentoonstelling een substantieel deel van het budget vergt, is het van belang dat een breed publiek het onderwerp interessant vindt. Bezoekers kunnen via de museumwebsite hun favoriete onderwerp kiezen. Daarnaast is in 2004 nog een perspanel belegd. Dit blijkt in de praktijk moeilijk te realiseren en na dit eerste jaar zijn journalisten niet meer over de onderwerpkeuze geraadpleegd.

Museum De Fundatie in Zwolle gaat nog verder in het peilen van wensen en behoeften bij toekomstig publiek. Nog voor de opening vraagt het Cultuurnetwerk Nederland om een behoefteonderzoek naar educatie te doen. Scholen (docenten én leerlingen), opleidingen en culturele instellingen mogen te kennen geven wat zij van het nieuwe museum wensen op het gebied van publieksbegeleiding en educatie. Op basis van de uitkomsten is een educatieplan opgesteld.

In 2002 start het project 'Blauwdruk', een museaal initiatief voor sociale cohesie. Vier musea verkennen de mogelijkheden om nieuwe doelgroepen te bereiken en deze blijvend aan zich te binden. Zcala (voormalig Volksbuurtmuseum), Natuurmuseum Brabant in Tilburg, Amsterdams Historisch Museum en Museum Jan Cunen in Oss starten diverse projecten door, voor en met publieksgroepen die normaal gesproken het museum niet betreden. De ervaringen, knelpunten én succesverhalen zijn opgetekend in een publicatie en verspreid via studiedagen.

Een geheel ander middel om verbreding van het publiek te bewerkstelligen ligt in praktische maatregelen zoals het verruimen van de openingstijden en het bieden van aantrekkelijke randvoorwaarden, bijvoorbeeld op het gebied van de horeca. Zo experimenteert een aantal musea inmiddels met avondopenstellingen. Uit verschillende onderzoeken is gebleken dat de gebruikelijke openingstijden van musea niet ideaal zijn. Het publiek zou musea bijvoorbeeld graag bezoeken op zaterdag- en zondagochtend. Op die dagen gaan veel musea juist later open. Ook de sluitingstijd van 17.00 uur die de meeste musea aanhouden, vinden velen te vroeg. Verschuivingen in de museale openingstijden gebeuren nog mondjesmaat, vooral vanwege de consequenties voor het personeel en voor de beveiliging.

## NIEUWKOMERS

In *Musea van de toekomst*, een uitgave van de Nederlandse Museumvereniging (NMV), wordt gesteld dat museummedewerkers in staat moeten zijn vanuit verschillende perspectieven naar de collectie en de presentatie ervan te kijken. Ook het verzamelbeleid moet in deze nieuwe blik meegenomen worden. Alleen op die manier kan het museum bijdragen aan onderling begrip tussen 'oude en nieuwe Nederlanders': 'Voor nieuwe Nederlanders kan het museum een plaats zijn om kennis te nemen van de Nederlandse cultuur en bevestiging en herkenning te vinden van hun eigen identiteit. Voor oude Nederlanders kan het museum een rol spelen bij het leren kennen van de culturen van nieuwe landgenoten.' In 2004 publiceert de NMV een handleiding voor kleine musea om educatief materiaal te ontwikkelen. Hierin wordt specifiek gewezen op de rol van erfgoed als bron voor intercultureel leren. Met een aantal tentoonstellingen slaagt de Nieuwe Kerk in Amsterdam erin grote groepen nieuwkomers te trekken. Zij komen kijken naar objecten die afkomstig zijn uit hun land van oorsprong, zoals de vele Marokkanen die de tentoonstelling over Marokko bezoeken. De Nieuwe Kerk stopt veel energie in het bereiken van deze groepen die doorgaans niet te vinden zijn in de Nederlandse musea. Binnen het al genoemde landelijke project 'Blauwdruk' zijn ook verschillende projecten gedaan gericht op het bereiken van nieuwkomers.

Een aparte positie in het tot stand brengen van de interculturele dialoog nemen het Bijbels Museum in Amsterdam en het Bijbels Openluchtmuseum in Nijmegen in. Beide musea betrekken sinds een aantal jaren nadrukkelijk ook andere religies dan de christelijke bij hun projecten en presentaties. Om de vernieuwde doelstelling extra duidelijk te maken is de naam van het Nijmeegse museum veranderd in Museumpark Orientalis. Op de website staan de ambities voor de toekomst duidelijk verwoord: 'Museum Orientalis is meer dan een museum: het is een plaats waar mensen met verschillende culturen en levensbeschouwingen elkaar kunnen ontmoeten. Zo wil Orientalis bijdragen aan een samenleving waarin vriendschap en respect de plaats innemen van angst en vooroordeel.' Het spreekt vanzelf dat een dergelijke nieuwe aanpak consequenties heeft voor de presentatie, de educatie en het verzamelbeleid.

Het Historisch Museum Rotterdam organiseert op 21 februari 2005 een symposium, omdat het meer aandacht wil besteden aan cultuuruitingen en erfgoed van nieuwkomers in de stad. Deze dag levert een aantal conclusies en aanbevelingen op. Zo wordt besloten dat gestart moet worden met de inventarisatie en selectie van cultureel erfgoed om aan de collectie toe te voegen. Ook het Amsterdams Historisch Museum bezint zich al een aantal jaren op eventuele aanpassingen in het verzamelbeleid.

## TAALONTWIKKELING IN HET MUSEUM

In 2006 geeft de toenmalige wethouder van Amsterdam Ahmed Aboutaleb te kennen dat museumbezoek een verplicht onderdeel moet zijn van mensen die inburgeren. Dit is het startsein voor het Amsterdams Historisch Museum en het Stedelijk Museum CS om samen programma's te ontwikkelen voor cursisten NT2 (Nederlands als tweede taal). Het Amsterdams Historisch Museum heeft dan al geruime tijd ervaringen opgedaan met deze doelgroep, waar het Stedelijk Museum gebruik van kan maken. Al vrij snel sluit het Verzetsmuseum zich aan bij het project, dat 'Stad en Taal' is gaan heten en in een later stadium gaan ook het Tropenmuseum en FOAM zich richten op educatieve museumprogramma's ter bevordering van de taalontwikkeling.

Onderzoek door de Vrije Universiteit, de Universiteit van Amsterdam en de Hogeschool van Amsterdam moet uitwijzen of de museumbezoeken daadwerkelijk bijdragen aan de verrijking van de woordenschat van de deelnemers en hoe zij het museumbezoek hebben ervaren. Achterliggende gedachte bij dergelijke projecten is dat het museum een maatschappelijke taak heeft en beschikbaar en toegankelijk moet zijn voor iedereen. De deelnemende musea willen graag een ontmoetingsplek worden voor bezoekers van diverse culturele achtergronden. Om dat doel te bereiken zullen mensen met een niet-Nederlandse achtergrond allereerst kennis moeten maken met de museale wereld. Uit de eerste onderzoeksresultaten blijkt dat het museumproject inderdaad een positieve impuls geeft aan de taalverwerving en het welbevinden van de deelnemers.

Ook andere musea hebben museumlessen voor cursisten NT2 in hun aanbod opgenomen. In sommige gevallen is dat het gevolg van een project van de NMV tussen 1999 en 2003. Hieraan doen vijftien erfgoedinstellingen mee. In Rotterdam zoeken vijf kleine musea op eigen initiatief samenwerking met ROC Zadkine. Onder de naam 'Thuis in..' is een programma ontwikkeld voor inburgeraars dat inmiddels al vier jaar succesvol verloopt. Erfgoedhuis Zuid-Holland heeft het concept inmiddels ook uitgezet in Delft, Dordrecht, Gouda, Leiden en Schiedam.

Kunnen NT2-docenten bij het Amsterdamse project 'Stad en Taal' kiezen welk museum ze met hun cursisten bezoeken, bij 'Thuis in..' gaat het om een samenhangend programma en vullen de bezoeken aan de vijf erfgoedinstellingen elkaar aan.

## CKV

In 1998 gaat de vernieuwde bovenbouw (tweede fase) in het voortgezet onderwijs van start. Er komt een nieuw vak, culturele en kunstzinnige vorming (ckv). Belangrijk verschil tussen leerlingen die het museum bezoeken voor ckv en het gebruikelijke klassenbezoek, is dat ckv-leerlingen doorgaans individueel of in kleine groepjes gebruik maken van het culturele aanbod en hierover een verslag moeten maken.

Voor de musea blijft het lastig om te anticiperen op de eventuele wensen of behoeftes van leerlingen, blijkt uit het laatste *Tendrapport museumeducatie*. Het maatwerk dat wordt verwacht, kan gezien de doorgaans geringe personele bezetting bij educatieve diensten niet altijd geleverd worden. Desalniettemin ontwikkelen tal van musea educatief materiaal gericht op het vak ckv.

Hoewel ckv voor het vmbo pas in 2003-2004 verplicht is, ontwikkelen musea mondjesmaat al eerder projecten voor deze doelgroep. In 2003 verschijnt *Zicht op... CKV in het vmbo*, met informatie over achtergronden, projecten en lesmethoden. En in 2004 wijdt het tijdschrift *Kunstzone* een nummer aan succesvolle vmbo-projecten.

Het grootste en meest bekende museumproject in deze periode is 'G.R.A.S.', een samenwerkingsproject van het Van Gogh Museum, Rijksmuseum, Amsterdams Historisch Museum en Stedelijk Museum. Deze vier musea ontwikkelen arrangementen voor vmbo-leerlingen. Ieder arrangement bestaat uit een inleidende en een verwerkingsles op school. Daartussenin vindt het bezoek aan een

van de vier musea plaats. De ervaringen van dit project worden verspreid via studiedagen, werkbezoeken en artikelen.

Het Haags Gemeentemuseum maakt Kijkwijzers om vmbo-leerlingen bij hun museumbezoek te ondersteunen. De al genoemde semipermanente tentoonstelling 'Wonderkamers' in dit museum is nadrukkelijk ook bedoeld voor het vmbo.

Het Museum Jan Cunen in Oss beschouwt vmbo-leerlingen als belangrijke doelgroep. Het werkt daartoe nauw samen met het Hooghuis Lyceum. Immers, zoals de museumdirecteur en de directeur van de vmbo-locatie van deze school stellen: 'Kinderen met een havo- of vwo-opleiding volgen vaak een hbo- of universitaire opleiding in een andere stad en zijn eerder geneigd zich daar of elders blijvend te vestigen.' Het is dus zaak juist vmbo-leerlingen voor cultuur te interesseren: 'Wanneer zij op vroege leeftijd hebben kennisgemaakt met hun culturele omgeving, weten zij later de weg hiernaartoe te vinden.'

## PROGRAMMA'S VOOR KLEUTERS EN SENIOREN

Opvallend genoeg krijgt het basisonderwijs als doelgroep in de literatuur van de afgelopen jaren niet veel aandacht. Dit neemt niet weg dat het basisonderwijs voor de meeste musea een belangrijke doelgroep is. Er zijn tal van projecten ontwikkeld voor de leeftijdsgroepen tot 12 jaar. Te verwachten valt dat musea dit ook in de nabije toekomst blijven doen, gezien de impulsen van de overheid aan de brede school, het opleiden van intern cultuurcoördinatoren (ICC) en cultuureducatie op pabo's.

De medewerkers van de website [museumeducatie.nl](http://museumeducatie.nl) concluderen in 2006 dat het aanbod van programma's voor kleuters beduidend achterblijft bij dat voor de midden- en bovenbouw. De auteurs zoeken de mogelijke oorzaak in de specifieke kenmerken van deze doelgroep. Jonge kinderen zijn minder zelfstandig en vragen goede begeleiding. Daar staat tegenover dat kleuters voor alles openstaan en dus een dankbare groep is om voor te werken. [Museumeducatie.nl](http://Museumeducatie.nl) pleit voor goede museumprojecten voor kleuters. In dergelijke projecten moet rekening worden gehouden met een korte spanningsboog en het feit dat kleuters nog niet goed in staat zijn een eigen mening te vormen. Ook is het verstandig om informatie op verschillende manieren over te dragen (hoofd, hart, handen). Samenwerking met een leerkracht uit de onderbouw is aan te bevelen.

Het lijkt erop alsof kleuters de laatste jaren apart in de belangstelling zijn komen te staan als potentiële doelgroep. Cultuurnetwerk Nederland wijdt er in 2008 de Dag van de Cultuureducatie aan. Verschillende musea presenteren hier hun project voor jonge kinderen, zoals in het verslag van deze dag te lezen is.

Aan de andere kant van de levenslijn staan de ouderen, een leeftijdsgroep die onder de museumbezoekers doorgaans oververtegenwoordigd is. Voor hen worden over het algemeen geen aparte programma's ontwikkeld. Toch gaan er de laatste paar jaar geluiden op om speciaal rekening te houden met senioren. Marieke Peters wijdt haar afstudeerscriptie aan de mogelijkheden van afgestudeerden van de opleiding Culturele en Maatschappelijke Vorming om cultuurdeelname van ouderen, vooral binnen musea, te bevorderen.

Op verschillende plekken in Nederland wordt busvervoer voor ouderen naar culturele instellingen gefaciliteerd. Zo rijdt de Museum Plus Bus sinds begin januari 2008 ouderen gratis naar zeven Nederlandse musea.

Het Nationaal Onderwijsmuseum is een van de weinige musea die ook inhoudelijk speciale aandacht aan ouderen besteed. Het museum heeft een educatief programma ontwikkeld waarin de herinneringen van ouderen aan hun vroegere schooltijd het uitgangspunt vormt. Vooral bewoners van zorgcentra en verpleeghuizen kunnen hiervan gebruikmaken. Het programma is zo enthousiast ontvangen dat het museum heeft besloten permanent een specifiek aanbod voor ouderen beschikbaar te hebben.

## NIEUWE MEDIA ALS INFORMATIEBRON

Interactieve media zijn niet meer weg te denken uit de museale wereld. Museum Boijmans van Beuningen en het Haags Gemeentemuseum richten zich met hun experimenten op dit gebied in eerste instantie vooral op het voortgezet onderwijs. Vooral Boijmans vervolgt dit onderzoek naar de mogelijkheden met interactieve media en creëert voor het algemene publiek het digitale depot: een geavanceerde toepassing met touchscreens. In hetzelfde museum doen als een van de eerste de personal digital assistants (pda's) ofwel handcomputers bij wijze van experiment hun intrede. De bezoeker krijgt een pda mee en kan de daarin opgeslagen informatie naar keuze oproepen en zo zijn eigen audiotour samenstellen. Bij geavanceerdere modellen krijgt de bezoeker een persoonlijke toegangscode, zodat de computer hem bij een volgende bezoek herkent, de persoonlijke voorkeuren weet en een 'rondleiding op maat' kan verzorgen.

Chris Reinewald en Tessa Haan benoemen in hun artikel over pda's het voornaamste bezwaar: de bezoeker kijkt vooral op zijn schermje en niet naar het museale voorwerp. Om dit te voorkomen wordt in sommige pda's zo nu en dan een kijkvraag ingelast. Of de pda's in de toekomst de audiotours zullen gaan vervangen, zal in de komende jaren blijken. Voorlopig lijkt de audiotour nog terrein te winnen, vermoedelijk door genoemd nadeel van de pda's.

Anno 2008 heeft het merendeel van de musea een of meer computers in de opstelling staan, waarin informatie kan worden opgezocht. Erkend probleem is dat het actueel houden van de informatie tijdrovend en – afhankelijk van het gebruikte systeem – niet eenvoudig en derhalve kostbaar is. Hetzelfde geldt overigens voor het onderhouden van de websites.

Om jongeren te interesseren voor kunstmusea kan internet een belangrijk middel zijn. Dat blijkt uit de scriptie van Merel van Schrojenstein Lantman naar de manieren waarop musea van internet gebruik kunnen maken. Ook educatieve games kunnen jongeren interesseren voor kunstmusea. Femke Burger inventariseert in haar doctoraalscriptie welke games op websites van musea te vinden zijn en welke functies dergelijke games hebben en zouden kunnen hebben. Van de door haar onderzochte musea heeft 25% een of meer games online. Burger heeft vervolgens gekeken of deze spellen primair een educatief doel dienen of dat vertier het voornaamste oogmerk is: 'Hier valt op te merken dat het merendeel van de door mij gespeelde games als saai en weinig uitdagend is ervaren.' Ze constateert dat educatieve medewerkers doorgaans een bepaald doel voor ogen hebben dat zij bij een – meestal jonge - doelgroep willen bereiken: 'Deze gedachtegang maakt dat spel kan verworden tot iets dat niet meer is dan een glazuurlaagje om het extrinsieke speldoel van de makers of het museum heen. Dit noem ik het gebruik van spel als sugarcoating (...) Musea benutten mijns inziens de mogelijkheden van spel onvoldoende. Dit uit zich in een keur aan online games waarvan de educatieve waarde beperkt blijft. Vaak zijn de spelhandelingen niet meer dan een middel om bij het volgende leerdoel te belanden.'

Erfgoed Nederland constateert in zijn beleidsplan van 2008 dat ICT nog altijd onvoldoende is ingevoerd en geïntegreerd in het bedrijfsproces van musea. Meer samenwerking, standaardisering en structurele reservering van voldoende budget zou hier verbetering in moeten brengen. Zolang hier nog niet aan is voldaan, blijven specialistische digitale experimenten rondom educatie slechts incidenten. Game-omgevingen zijn bovendien moeilijk te koppelen aan één collectie of museum en vergen dus samenwerkingsverbanden met meer culturele instellingen, scholen en ict-ontwikkelaars.

## SAMENWERKING MET HET ONDERWIJS

Vanaf eind jaren negentig van de vorige eeuw gaan culturele instellingen steeds meer vraaggericht werken. Het beleid van het Ministerie van OCW legt het primaat en de bijbehorende financiën steeds meer bij scholen. Zij kunnen aanbod inkopen of – liever en sterker nog – hun vraag neerleggen bij de

cultuurproducent. Bij voorkeur ontstaat het product in nauwe samenwerking tussen school en culturele instelling.

Enkele uitzonderingen daargelaten komt échte samenwerking tussen het onderwijs en musea niet voor. Over het algemeen ontwikkelt het museum educatieve programma's die scholen direct of via een bemiddelende instelling kunnen boeken. In 2006 doet Suzanne Corthals in opdracht van het Ministerie van OCW onderzoek naar de samenwerking tussen musea en primair onderwijs. Ze organiseert een discussiebijeenkomst voor scholen en musea. Scholen geven tijdens deze bijeenkomst te kennen dat zij zich niet goed in staat achten een vraag te formuleren. Hun voorkeur gaat uit naar aanbod waaruit ze kunnen kiezen. Het overheidsbeleid blijft zich echter focussen op één-op-één samenwerking ofwel maatwerk. Voor musea in grote steden zal het lastig zijn aan iedere school maatwerk te bieden. Een knelpunt is bovendien dat scholen weliswaar extra geld hebben gekregen, maar musea niet. Willen culturele instellingen meer maatwerk leveren, dan zouden ze extra financiën ter beschikking moeten krijgen, stelt Corthals. Bovendien zouden zij advies moeten krijgen over de overstap van aanbod- naar vraaggestuurd werken. Nieuwe ontwikkelingen, zoals de ICC-cursus, de historische canon en de brede school, zullen naar verwachting tot meer samenwerking leiden. Via de naschoolse activiteiten kunnen ook ouders en buurtbewoners betrokken worden bij het museumbezoek: 'In een museum gaat vrije tijd hand in hand met leren. Hierdoor is een museum uitermate geschikt voor naschoolse activiteiten', aldus Corthals.

Het museale samenwerkingsproject dat verreweg de meeste belangstelling heeft gekregen, is 'Museum en School' in Leiden. Zeven Leidse musea stellen een programma samen waaraan alle basisscholen in Leiden en een aantal randgemeenten mogen meedoen. Iedere groep bezoekt een ander museum, zodat een leerling aan het einde van de basisschoolcarrière in principe alle Leidse musea heeft bezocht. Deze aanpak dient als voorbeeld voor het landelijke project 'Erfgoed à la Carte' dat in 2004 start. Hierin vindt, net als bij 'Museum en School' samenwerking plaats tussen scholen, erfgoedinstellingen, onderwijsbegeleidingsdiensten en gemeenten.

Een kleiner samenwerkingsverband dat steeds vaker voorkomt, is dat tussen museum, bibliotheek en archief. In verschillende steden ontwikkelen deze instellingen gezamenlijk projecten.

Bij museumprojecten voor scholen is vervoer het meest in het oog springende knelpunt. Een aantal regio's heeft een vervoersregeling, waardoor leerlingen gratis of tegen zeer gereduceerd tarief kunnen reizen.

## SAMENWERKING MET WELZIJNSINSTELLINGEN

Binnen het al eerder genoemde Blauwdrukproject zoeken twee musea samenwerking met welzijnsinstellingen of andere nieuwe partners. Natuurmuseum Brabant organiseert diverse tentoonstellingen buiten de museale muren. Dit gebeurt onder meer samen met een wijkcentrum, milieugroepen, een woningstichting en belangenverenigingen. Het Amsterdams Historisch Museum zoekt contact met buurtcentra, het wijkopbouworgaan en een digitaal trapveld.

Op 14 april 2005 worden de opgedane ervaringen gedeeld met medewerkers van andere musea en vertegenwoordigers van instellingen (vooral welzijnsinstellingen) die ook wel met een museum zouden willen samenwerken. De aanwezigen stellen vast dat er sprake is van verschillende culturen: 'Dat is een valkuil voor samenwerking. Musea zijn over het algemeen meer gewend projectmatig te werken; voor iedere tentoonstelling is er immers een deadline. Welzijnswerkers zijn meer bezig met een proces, waardoor ze ook sneller een deadline verschuiven.'

Op 30 januari 2006 is een aparte expertmeeting gewijd aan een nadere kennismaking tussen musea en welzijnsinstellingen. Petra Robben van het Textielmuseum vertelt over haar ervaringen in de samenwerking met welzijnsinstellingen: 'Iedere betrokkene heeft een eigen belang bij een project. Dat uit zich in drie doelstellingen voor iedere samenwerking: 1. De deelnemers moeten er beter van worden. 2. Het museum wil er nieuwe doelgroepen aan overhouden. 3. De instelling wil de cliënten

laten participeren in de samenleving. Doel is om samen activiteiten te organiseren gericht op het stimuleren van participatie. Daarbij zoekt het museum bewust naar aansluiting bij de doelstellingen en aard van de samenwerkende organisatie. Het proces met de deelnemers staat altijd centraal. Het gevaar dreigt namelijk dat men zich te veel richt op het resultaat en de deelnemers vergeet.' Enkele musea proberen bepaalde groepen aan zich te binden door samenwerkingsverbanden aan te gaan met welzijnsorganisaties. Het gaat hier doorgaans om kleine, maar arbeidsintensieve projecten.

## TOEKOMSTBLIK

Het hierna opgenomen literatuuroverzicht maakt duidelijk dat musea zich de laatste jaren hebben mogen verheugen in een meer dan gemiddelde aandacht van beleidsmakers. Deze bemoeienis heeft onder meer geresulteerd in museale aandacht voor vraaggericht werken, de historische canon, de brede school, samenwerking en het uitbreiden van doelgroepen. Het ziet ernaar uit dat deze onderwerpen ook de komende jaren nog uitgebreid zullen terugkeren.

In de nabije toekomst zullen musea zich bovendien bezinnen op de consequenties van gratis toegang voor 0 tot 12-jarigen. Deze leeftijdsgroep bezoekt het museum niet zelfstandig. De focus zal dus ongetwijfeld extra komen te liggen op het ontwikkelen van familieprogramma's. Ook zullen alle museale ogen gericht zijn op de bouw en inrichting van het Nationaal Historisch Museum.

*Auteur is senior projectleider bij Cultuurnetwerk Nederland*

[Link naar literatuurlijst Zicht op... ontwikkelingen in museumeducatie](#)