

Vijftien jaar bezoekers bekeken

In 1957 verscheen de publikatie van het Centraal Bureau voor de Statistiek 'Vrije-tijdsbesteding in Nederland, Winter 1955/56', als eerste in een serie gespecialiseerde studies over avond- en week-eindbesteding, bioscoopbezoek, leesgewoonten, verenigingsleven, bezoek aan toneel- en muziek-uitvoeringen en muziekbeoefening. De serie is onder meer ontstaan uit een opdracht van de Minister van Onderwijs, Kunsten en Wetenschappen om een onderzoek in te stellen naar de culturele en sociale betekenis van de toenmalige vrije-tijdsbesteding. Als nr. 8 van de serie verscheen in 1959 het deel over 'Sociaal milieu en vrije-tijdsbesteding', nog steeds met betrekking tot de winter 1955/56. In dat deeltje is de rol, die het sociale milieu speelt bij de besteding van de vrije tijd, het uitgangspunt. Die samenhang en deze dan nog weer toegespitst op museumbezoek als vorm van vrije-tijdsbesteding is het onderwerp van dit opstel. In de laatst genoemde publikatie worden enige conclusies getrokken uit het materiaal dat verkregen is via een enquête, gehouden onder de Nederlandse bevolking vanaf 12 jaar, gedurende de winter 1955/56.

In de eraan voorafgaande nummers uit de serie kon al worden vastgesteld, dat het sociaal milieu – bepaald door beroep, opleiding en inkomen, in onderlinge samenhang – een belangrijke rol speelt in de vrije-tijdsbesteding. Verschillen in sociale klasse komen onder meer tot uitdrukking in recreatiegewoonten. Uit het materiaal is o.a. gebleken, dat, hoe 'hogere' de beroepsgroep is, hoe groter ook het percentage deelnemers is aan diverse cultuuruitingen. Onder die hogere standen wordt ook meer en frequenter deelgenomen aan

moeilijke ontspanning (amateurtoneel- en muziek-uitvoeringen en musiceren). Voor die moeilijke vormen is een behoorlijke hoeveelheid intellectuele en/of artistieke scholing vereist; sport, radio en televisie stellen doorgaans betrekkelijk weinig eisen aan het ontwikkelingspeil van het publiek. De zogenaamde traditionele vormen van vrije-tijdsbesteding vinden meer aftrek bij de hogere standen; de lagere standen prefereren modernere vormen als sportwedstrijden, radio en televisie. Bij deze laatsten gaat de voorkeur uit naar vormen van vrije-tijdsbesteding waarbij het amusementskarakter overheerst; 'hogere' heeft meer belangstelling voor vormen, die een zeker ontwikkelingskarakter hebben. De hogere standen kiezen positief selectief en bepalen hun keuze na verschillende mogelijkheden onder ogen te hebben gezien; lagere standen kiezen eerder op grond van wat ze niet willen zien. Voor het verdere betoog en met het oog op het materiaal dat hieronder ter sprake zal komen is vooral de volgende uitkomst van het c.B.S.-onderzoek bijzonder interessant: hoewel arbeiders van alle sociale groeperingen – afgezien van de boeren en de landarbeiders – in verhouding tot hun totale aantal het geringste aandeel in het culturele leven hebben, zijn zij in verhouding tot het aantal deelnemers aan een bepaalde activiteit in aantal de sterkste groep, behalve voor muziekbeoefening.

Het is jammer dat museum- en tentoonstellingsbezoek als vorm van vrije-tijdsbesteding niet bij dit onderzoek betrokken is geweest. Maar het lijkt ons niet te gewaagd om museumbezoek te rangschikken onder die vormen van vrije-tijdsbesteding waartoe ook concert- en toneelbezoek

Kenmerken van de museumbezoeker	Bezoekers bekeken 1956	Openbaar Kunstbezit radio 1958	Publiek en B. Kunst 1960	Tropenmuseum 1963	Jeroen Boschtentoonstelling 1967
Leeftijd	18-28 29-39 40-53 53 e.o.	15-19 21-24 25-39 40-64 65 e.o.	21-24 25-39 40-64 65 e.a.	16-25 25-35 36-45 46-55 56-65 66-75 76 e.o.	2-10 10-14 15-19 20-29 30-39 : 70 e.o.
	oververt. mannen boven 40 jaar	oververt. beneden 25	evenred. vert. hoewel boven 40 iets vaker	meest jeugd	ondervert. 60 j. e.o., oververt. tot 30 j.
Opleiding		H.O. M.O. U.L.O. L.O. L.O. en H.O. luisteren minder dan U.L.O.	H.O. M.O. U.L.O. L.O. H.O. e.d. maar geen relatie tussen freq./opl.		H.O. V.H.M.O./U.L.O. L.O. zegt niet H.O. 25% V.H.M.O./U.L.O. 50%
Beroep	6 en 7 4 en 5 1, 2 en 3 studerend geen opgave 1, 2, 3, ondervert. 4 licht ondervert. 6 en 7 oververt.	leidingg. zelfstandig loontr. adm. handarb. studerend rest handarb. zwak	leidingg. zelfstandig loontr. adm. handarb. studerend rest handarb. bijna geen ondervert. zelfst.	6 en 7 4 en 5 1, 2 en 3 studerend geen opgave 1, 2, 3 ondervert. 4 licht ondervert. 5 licht oververt. 6 en 7 sterk oververt. stud. licht ondervert.	hoger middenkader zelfstandig uitv. hoofdarb. (on)geschoold niet werksz. hoger + middenk. sterk vertegenwoordigd
Herkomst	buurten den Haag buiten den Haag + buitenl. + R'dam A'dam Leiden Delft Utrecht vooral uit buurten vlakbij studentensteden			buurten A'dam West-Ned. overig (prov.) buitenl. verhouding A:W:O: buitenl. 4:2:1:2 op zondag helft A'dam	Noord:G.,F.,Dr. Oost: Ov., Gld. West: Ut., ZH., NH. en 3 steden: Zuid en Bosch buitenl. buitenl. 21% 40% uit W. en 27% uit Z.

Openbaar
Kunstbezit
T.V. 1968

Musement
gemeten
1969 (landelijke
steekproef

Stedelijk
Museum
1969

Algemene tendens:

15-19
20-29
30-39
40-49
50-64
65 e.o.

15-18
19-24
25-29
30-34
35-44
45-49
50-64
65 e.o.

10-14
15-19
20-29
30-39
40-49
50-59
60-64
65 e.o.

- de middengroepen
(29-39) zijn niet zo
goed vertegenwoordigd
- de jongeren zijn goed
vertegenwoordigd (school
en studerend), behalve
bij Openb. K. B.-T.V.

ondervert. tot 25

oververt. 15-34
rest onder.

oververt. v. d. groep
tot 30; rest ondervert.

univ./hoger
beroeps/v.H.M.O.
U.L.O.
L.O. + beroeps
+ huish. school
L.O.
L.O. en H.O. minder
dan U.L.O.

H.O.
H.T.S./M.T.S. e.d.
H.B.S./Gym./Kweek
Mulo e.d.
L.T.S./U.T.S. e.d.
L.O.
Mulo en H.T.S.
evenred. vert.

H.O.
midd.b. (ook stud.)
U.L.O./3 j. v.H.M.O.
L.O. en l. beroeps
geen opgave

sterke ondervert. v. lager
lichte ondervert. v. U.L.O.

- oververtegenwoordig-
ging v.h. H.O.
hoewel bij het Open-
baar K.B. de U.L.O.
goed vertegenwoordigd is
- ondervertegenwoordigd
van het L.O.

beter gesit.
middenkl.
hogere volks.
lagere volks.
niet onder te brengen

sterke oververt.
middenklasse
sterke ondervert.
volksklasse

hogere beroeps: 10%
middenkader: 14%
niet-ac. vrij
uitv. hoofdarb.
zelfst. mid.st.
arbeiders: zo goed als geen
gepens.
studerend: 48%
zonder ber.
huisvrouw
geen opgave

- oververtegenw. v. d.
hogere beroepskl. en
- ondervertegenw. v. d.
lagere beroepskl.
- lichte tendens naar
opkomen v. d. middenkl.

Noord
Oost
West (excl. grote
steden)
Zuid
3 grote steden
(óók urban. graad)
de regionale
gebieden licht
ondervert.,
behalve 3 steden en
behalve Noord; Oost
is evenred. vert.
Meesten uit W.
en goede vert.
van middelgr. steden

Amsterdam
randstad
rest Nederl.
buitenl.
meeste uit Amsterdam
zelf dan volgt N.H.

- buurten in de naaste
omgeving goed
vertegenwoordigd
- oververtegenw. v. d.
grote steden

worden gerekend, dus onder de zogenaamde traditionele vormen van vrije-tijdsbesteding, waarbij intellectuele scholing een vereiste lijkt.

Uitgaande van deze stelling kan dit CBS-onderzoek gebruikt worden als achtergrond waartegen een aantal analyses onder groepen consumenten van (beeldende) kunst kunnen worden afgetekend. Als vertrekpunt nemen we het jaar 1956, omdat toen voor het eerst onder museumpubliek een onderzoek werd uitgevoerd. De zeven analyses zijn:

1956 *Bezoekers bekeken*¹. Een onderzoek naar het bezoek aan het Gemeentemuseum te 's-Gravenhage. Het ging hier om publiek dat op gratis zaterdagen het museum bezoekt.

1958 *De radiocursus 'Openbaar Kunstbezit' als middel tot cultuurspreiding, een publiekanalyse*². Hier was de groep abonnees van de cursus object van onderzoek.

1960 *Publiek en beeldende kunst*³. Een analyse van de groep kunstkijkers-kopers, verenigd in de Amsterdamse Museumkring voor Moderne Kunst, van het Stedelijk Museum te Amsterdam.

1963 *Het Tropenmuseum en zijn publiek*⁴. Een onderzoek onder de museumbezoekers.

1967 *Jeroen Bosch*⁵. Een onderzoek onder de bezoekers van de gelijknamige tentoonstelling in het Noordbrabants Museum.

1969 *Musement gemeten*⁶. In dit rapport vindt men gegevens over de bezoekers van 'Musement', maar ook over de Nederlandse museumbezoeker in het algemeen.

1969 *Rapport van een onderzoek onder bezoekers van het Stedelijk Museum*⁷ (te Amsterdam).

¹ Mededelingen Nutsseminarium voor Paedagogiek. Sociaal paedagogische serie no. 7, 1950.

² Mededelingen van het Prins Bernhard Fonds. Serie A no. 1. Amsterdam 1958.

³ Mededelingen van het Prins Bernhard Fonds. Serie A no. 4. Amsterdam 1960.

⁴ Koninklijk Instituut voor de Tropen. Amsterdam 1963.

⁵ Stichting Jeroen Bosch Expositie. 's-Hertogenbosch z.j.

⁶ Instituut voor marktonderzoek en marketingadviezen Inter/View, Amsterdam 1969.

⁷ Het Stedelijk Museum. Amsterdam z.j.

Hoewel de onderzoekers vaak dezelfde persoonsgegevens – leeftijd, beroep, opleiding en herkomst – als uitgangspunt namen, kwamen de klassificaties niet altijd met elkaar overeen.

Bezoekers bekeken en *Het Tropenmuseum* bijvoorbeeld gebruikten beide de beroepenclassificatie van het Rijksarbidsbureau; het bureau Intomart, dat zowel het bezoek aan de *Jeroen Bosch* tentoonstelling als aan het *Stedelijk Museum* analyseerde, verdeelt de bezoekers naar opleiding – lager onderwijs, lager beroepsonderwijs; ULO, 3 jaar VHMO; M.O.; Hoger Onderwijs – en naar beroep – hogere beroepen, middenkader, niet academische vrije beroepen, studierend, zonder beroep, huisvrouw –. Het bureau Inter/View dat *Musement gemeten* heeft, categoriseert naar opleiding – lagere school, LTS/UTS e.d., MULO e.d., HBS/Gymnasium/Lyceum/Kweekschool, HTS/MTS e.d., Universitaire opleiding/Hogeschool, overige –, naar sociale klasse – beter gesitueerden, middenklasse, hogere volksklasse, lagere volksklasse, niet onder te brengen – en naar inkomen – tot f 10 000, f 10 000 – f 15 000, f 15 000 – f 20 000, f 20 000 en meer –. De andere onderzoeken pasten weer andere stratificaties toe. Als men echter de globale uitkomsten van deze onderzoeken naast elkaar zet, dan blijkt er – al is er geen cijfermatig exacte vergelijking toegestaan – een algemene trend aan te wijzen met betrekking tot de samenstelling van de bezoekersgroepen die naar museums en tentoonstellingen gaan.

Bezoekers bekeken constateerde dat in verhouding tot de gehele Haagse bevolking, de bezoekers van het Haags Gemeentemuseum op gratis zaterdagen voornamelijk behoren tot de beide hoogste beroepsgroepen – 6 en 7 uit het scala van het Rijksarbidsbureau –. Er is een duidelijke oververtegenwoordiging van de hogere beroepsgroepen en een ondervertegenwoordiging van de lagere. Wel valt op dat beroepsklasse 4 ongeveer evenredig vertegenwoordigd is, namelijk met 20%, terwijl er bovendien een zware ondervertegenwoordiging is in klasse 5 (tabel 1).

Tabel 1

Beroeps-groep	Haagse bezoekers van 18 jaar en ouder (in procenten)	Haagse bevolking van 18 jaar en ouder (in procenten)
6 en 7	39	18
4 en 5	19 + 23 = 42	21 + 37 = 58
1, 2 en 3	3	0,3 + 11 + 13 = 24,3
Studerend	6	—
Geen opgave	10	—
Totaal	100	100

Een constatering uit het onderzoek: de bezoekers behoren overwegend tot de groep van de economisch sterken en meer ontwikkelden. Er wordt in het rapport aangetoond, dat behalve criteria als sociale klasse en opleiding, ook de afstand tot het museum de bezoekfrequentie beïnvloedt, zij het in mindere mate. De meeste bezoekers op de gratis zaterdagen komen uit de zogenaamde 'betere' buurten, vlak bij het museum. Zij behoren overwegend tot de groep van economisch sterken en de ontwikkelden. De auteur neemt vervolgens aan, dat op de andere, niet-gratis dagen, de bezoekersgroepen uit een nog 'exclusiever' maatschappelijke elite samengesteld zullen zijn.

De schrijver had de pretentie materiaal aan te dragen op basis waarvan een beleid gevoerd zou kunnen worden dat de vergroting van de toegankelijkheid van het museum voor iedereen beoogde. Barrières, die museumbezoek van lagere sociale strata verhinderen lijken van financiële aard te zijn. Maar de auteur meent, dat het opheffen van sfeerschroom belangrijker is. *'Financiële barrières en sfeerschroom kan het museum opheffen door 'eigen hand in eigen boezem te steken': het zijn factoren die min of meer «van het museum» zijn. Zij zullen niet beide voor elke groep van het maatschappelijke leven optreden; bovendien kunnen er voor bepaalde groepen weer andere factoren belemmerend werken.*

Het is van belang na te gaan, wat een barrière kan zijn, die b.v. de ongeschoolde arbeiders, de grote groep, die onder de bezoekers van het Gemeentemuseum op de gratis zaterdag niet, of bijna niet werd aangetroffen, verhindert aan de cultuur (in de engere betekenis van

kunst) in het algemeen en aan museumbezoek in het bijzonder deel te nemen.'

'De ongeschoolde arbeider' van Dr. J. Haveman citerend, meent de schrijver de oorzaak te vinden in de critiek van de groep op de gehele vrije-tijdsbesteding van het individu. De sociale controle beperkt zich niet tot het gedrag binnen de fabrieksmuren. Er wordt aangetoond, dat een vorm van vrije-tijdsbesteding als museumbezoek daarvoor eenvoudig geen kans krijgt. Ook bepaalde godsdienstige opvattingen worden door Van der Hoek genoemd als mogelijk belemmerende factor.

Het publiek van het *Tropenmuseum* te Amsterdam vertoont een oververtegenwoordiging uit de hogere- en een ondervertegenwoordiging uit de lagere klassen; bovendien is er een lichte oververtegenwoordiging in de klasse 5 te signaleren. Een fijnere vergelijking tussen Tropenmuseum en Gemeentemuseum leert evenwel dat er in het Tropenmuseum toch meer bezoekers komen uit de lagere klassen dan in het Gemeentemuseum. De schrijfsters van het Tropenmuseum-rapport nemen aan, dat een volkenkundig museum voor bezoekers uit de lagere strata aantrekkelijker is dan een kunstmuseum. Er is te weinig materiaal om een dergelijke veronderstelling algemene geldigheid te verlenen, maar ook cijfers van het C.B.S. tonen aan dat het gemiddelde bezoek per museum per jaar voor de categorie Land- en Volkenkunde relatief vrij hoog ligt. De beroeps-samenstelling van het publiek van het Tropenmuseum vertoont ongeveer hetzelfde beeld als die van het Haagse publiek (tabel 2).

Tabel 2

Beroeps-groep	Amsterdamse bezoekers (in procenten)	Amsterdamse bevolking (in procenten)
6 en 7	29	16
4 en 5	49	51
1, 2 en 3	19	31
Studerend	3	3
Totaal	100	101

De buurten rondom het museum, voornamelijk bewoond door 'lagere beroepsklassen', leveren het merendeel van de Amsterdamse bezoekers. Als er dan ook verondersteld wordt dat een museum als het Tropenmuseum eerder publiek trekt uit lagere beroepsklassen dan een kunstmuseum, dan moet er wel bij bedacht worden, dat de situering van een museum of een tentoonstelling in een bepaalde stad of stadswijk mede bepalend kan zijn voor de groep bezoekers aan dat museum e.d.

Over de motivering tot bezoek weet dit onderzoek mee te delen, dat het merendeel van de bezoekers uit algemene, niet gespecialiseerde belangstelling komt. De belangstelling van bezoekers uit de lagere beroepsklassen blijkt minder intensief te zijn en minder gericht. *Wat natuurlijk niet wil zeggen dat die belangstelling niet aanwezig is: ze moet alleen wat 'gekoesterd' worden*, adviseren de schrijfters.

Dit onderzoek heeft zich niet alleen bezig gehouden met het zogenoemde *organische publiek* – de leken-kenners, artiesten en tekenaars, wetenschapsmensen en studenten – en met het *georganiseerde publiek* – de scholieren –, maar ook met het *gedesintegreerde publiek*, het *massapubliek* (de termen zijn van Mannheim en Frese), dat de actuele en potentiële meerderheid van alle museumbezoek uitmaakt' *aangezien het niet alleen 'terra incognita', maar tevens 'land van de toekomst' voor het museum is.*

De schrijfters maken dan een indeling van het publiek op basis van motieven, waarbij vooral deze categorie ons interesseert: *Publiek dat niet, of nauwelijks, weet wat het in het museum zal aantreffen en door factoren, waarin de belangstelling voor het museum slechts een geringe rol speelt, tot een bezoek gebracht wordt.* Zij tekenen daarbij aan: *Tot deze groep kunnen de bezoekers gerekend worden die 'zomaar' naar het museum komen en de bezoekers die geen motivering voor hun belangstelling weten aan te voeren.* Dit publiek vertoont de karakteristieken die Mannheim (*Man and society in an age of reconstruction*) voor het 'gedesintegreerde' publiek geeft: *het is inconstant, heeft steeds nieuwe prikkels nodig om geboeid te worden en heeft meer moeite het geziene te begrijpen en te verwerken dan de drie voorgaande*

groepen. Wij tekenen hier nog bij aan dat in de categorie 'toevallig bezoek' óók de hogere sociale klassen zitten. In deze constatering t.a.v. motieven ligt onzes inziens een geheel operationeel programma besloten voor zowel de werving als de begeleiding van nieuwe bezoekersgroepen.

Tussen het Haagse en het Amsterdamse onderzoek treffen we twee analyses aan van niet zo zeer museum als wel van (beeldende)kunst-minnend publiek. *Openbaar Kunstbezit* analyseerde zijn abonneebestand. Het motief om zich voor een radiocursus te laten inschrijven zal misschien een ander zijn dan dat, welk stimuleert tot museumbezoek, maar wij letten hier op de doelstelling van *Openbaar Kunstbezit*, in het bijzonder waar er gesproken wordt over de esthetische vorming van HET Nederlandse volk.

Bij de tabel die de samenstelling van het publiek volgens een beroepen-criterium geeft, wordt aangekend, dat de groep ongeschoolden niet als een afzonderlijke groep werd gehandhaafd, omdat er maar 4 respondenten tot die groep behoorden. Er wordt meegedeeld, dat het helaas niet mogelijk is een vergelijking te maken met de beroepenverdeling van de Nederlandse bevolking, maar dat – onder meer – niettemin duidelijk is dat de beoefenaars der leidinggevende en intellectuele beroepen zeer sterk vertegenwoordigd zijn en de arbeiders uitermate zwak.

De luisteraarsgroep wordt ook nog naar schoolopleiding onderverdeeld. Aan het cijfermateriaal wordt toegevoegd, dat men er zich wel op kan verlaten, dat de percentages middelbaar- en hoger opgeleiden aanzienlijk hoger, en het gedeelte met alleen lager onderwijs kleiner zullen zijn dan die in de gehele bevolking.

Evenals het Haags Gemeentemuseum gaat het de Stichting Openbaar Kunstbezit om de toegankelijkheid van kunst voor iedereen: het doel dat door deze Stichting wordt beoogd, is *de esthetische vorming van het Nederlandse volk op het gebied der beeldende kunsten, op een voor iedereen bevattelijke wijze.* Zij beoogt dit in het bijzonder ten bate van degenen die deze vorming tot dusverre grotendeels of volledig ontbeerden, Dit poogt men te realise-

ren door middel van een radiocursus; het onderzoek noemt de bezigheid van Openbaar Kunstbezit een vorm van cultuurspreiding.

Die spreiding – ruimtelijk gezien – stelde de onderzoekers aanvankelijk nogal teleur: volgens de cijfers komt het publiek verhoudingsgewijs minder uit de kleine plaatsen, waar het museum- en tentoonstellingswezen niet sterk ontwikkeld is en waar de cursus toch in een behoefte zou moeten voorzien. Nu zijn het in die kleine plaatsen juist de hogere beroepsgroepen die voornamelijk abonnees leveren. *Dus die groepen, die in het algemeen de meeste belangstelling voor de cursus tonen, geven hiervan in de kleine plaatsen in nog sterkere mate blijk, waaraan dan de conclusie wordt verbonden, dat men daarom over die ruimtelijke spreiding toch niet verontrust behoeft te zijn, voor de hogere beroepsgroepen zelfs gerust mag wezen.* Sprekend over de beroepen en de opleiding van de abonnees zegt men in het rapport: *De groepen, die men het meest gebaat zou achten met 'cultuur tegen gereduceerde prijs' blijken dus onder het publiek van de cursus het slechtst vertegenwoordigd. De groep, wier sociale positie hogere uitgaven voor culturele doeleinden zowel toelaat als vereist, schaart zich in grote getale onder het publiek van de cursus.* Vereist is een mooi woord in dit verband; het onderzoek heeft het dan ook over de onmiskenbare samenhang tussen sociale en culturele status. Maar wat impliceert dit met betrekking tot de cursus? *De cursus vindt een gedeelte van zijn publiek in personen die wij (...) als 'socio-culturele elite' zouden kunnen kenschetsen. Een bestaande culturele belangstelling uitte zich bij hen in hun lectuur en in bezoek aan museum en tentoonstelling; verder vormen zij ook wat bestedingsmogelijkheden betreft geen groep, die nu direct is aangewezen op cultuur tegen verlaagde prijs. Maar andersdeels is het publiek ook van volkomen tegengestelde aard, vertoont het niet de genoemde kentekenen van culturele interesse en is ook beperkt in zijn financiële mogelijkheden van 'cultuurconsumptie'.* Als dan een specificatie van het socio-culturele karakter van een deel der abonnees gemaakt wordt, kan geoordeeld worden: . . . dat de Stichting in ieder geval ook een publiek heeft gevonden onder groepen, die geacht mogen worden in betrekkelijke mate vreemdeling te zijn in het culturele

Jerusalem. De Afdeling Studie en Onderzoek van de NRU/NTS liet in maart 1968 een rapport verschijnen over *Openbaar Kunstbezit, vormgeving en effect van een televisieprogramma*. Er wordt een vereenvoudigde versie opgenomen van de oorspronkelijke doelstelling, waarin dan – na ruim 10 jaren praktijk – veel minder expliciet sprake is van HET volk en van IEDEREEN. Het doelpubliek verder analyserend zegt dit rapport, dat *blijkt, dat ook het doelpubliek, evenals inhoud en bedoeling in dit stadium van formulering, nog zeer variabel is. Zij kan in principe (!) alle categorieën van publiek omvatten.* Het uitroepteken is van de schrijvers uit Hilversum, en lijkt ons wel opmerkelijk. Als dan de huidige situatie geïnventariseerd is, kunnen zij de volgende, tien jaar jongere, conclusie opstellen: *De OKB-programma's, zou men grof generaliserend kunnen zeggen, zijn het meest afgestemd op personen die al wat ouder zijn en een redelijk hoog opleidingsniveau hebben bereikt.*

Publiek en beeldende kunst had de benarde economische positie van de Nederlandse kunstenaar als uitgangspunt. Er werd een onderzoek ingesteld naar de relatie kunstenaar-publiek op het stuk van (kunst)marktverhoudingen. Dit leidde tot het onderscheiden van drie soorten publiek: het kijkende-, het kopende-, en het kijkende-èn-kopende publiek. Het onderzoek beperkte zich daarom tot een groep belangstellenden – de 8 000 leden van de Amsterdamse Museumkring voor Moderne Kunst – waaronder alle drie categorieën aangetroffen zouden kunnen worden. Deze groep werd op dezelfde wijze onderverdeeld in de verschillende beroeps- en opleidingscategorieën als de abonnees van Openbaar Kunstbezit. Daarom geven wij de uitkomsten van beide onderzoeken in één staatje (tabel 3); daaronder de correlatie-tabel met de opleidings-bezoek-frequentie uit het tweede Openbaar Kunstbezit onderzoek (tabel 4).

De beide onderzoeken vergelijkend wordt door de rapporteurs gezegd dat de zeer sterke vertegenwoordiging van de leidinggevende en intellectuele beroepen en het te verwaarlozen aandeel

Tabel 3

	Openbaar Kunstbezit (in procenten)	Publiek en Beeldende Kunst	
		Stedelijk Museumkring (in procenten)	Bevolking Amsterdam (in procenten)
<i>Beroepen</i>			
Leidinggevend/intell.	21	32	—
Zelfst./loontr./admin.	67	54	—
Handarbeiders	5	2	—
<i>Onderwijs</i>			
Hoger onderwijs	15	23	—
Middelbaar onderwijs	47	48	—
U.L.O.	28	24	—
Lager Onderwijs	10	5	—
<i>Inkomen</i>			
f 10 000 en hoger	—	26	2,5
Minder dan f 10 000	—	74	97,5

Tabel 4

Onderwijs					Bezoek (in procenten)	
	nooit	1 × per jaar	2 × per jaar	3 × per jaar	vaker	totaal
A. lager onderwijs	56	29	9	4	2	100
B. (M)U.L.O.	51	23	11	9	5	100
C. V.H.M.O.	40	28	13	9	10	110
D. hoger onderwijs	27	18	20	15	20	100

van de handarbeiders, reeds bij de abonnees van Openbaar Kunstbezit gesignaleerd, in nog veel geprononceerder vorm blijkt te bestaan voor de leden van de Museumkring.

Onder de Museumkringleden werd ook de inkomensverdeling nagegaan. In het commentaar dat de tabel in die studie begeleidt, wordt dan plotse-ling niet meer gesproken van Museumkringpu-bliek, maar over museumpubliek, dat voor een

belangrijk deel zou behoren tot de economische bovenlaag van de Amsterdamse bevolking (zie bovenstaande staat).

Voor het algemene overzicht van analyses van museumpubliek, dat wij in dit artikel pogen te geven, is de volgende veronderstelling van de rapporteurs van betekenis: zij menen dat het aantal regelmatige bezoekers van 't Stedelijk', dat niet lid is van de Museumkring niet erg groot kan zijn. *Vermoedelijk*, zo schrijven zij, *bestrijkt de*

Museumkring het gehele Amsterdamse kijkerspubliek. De slotconclusie, getrokken uit materiaal, dat verzameld werd onder een geselecteerde groep, kan dan gelden voor een veel grotere groep, die evenwel niet minder geselecteerd blijkt te zijn: sociaal en economisch is dit publiek een uitgelezen groep. Zij die qua beroepsstatus, opleiding en inkomen de grote meerderheid van onze bevolking vormen maken van dit publiek slechts een gering deel uit.

Te 's-Hertogenbosch werd in de maanden september tot en met december 1967 een tentoonstelling gehouden van werken van *Jeroen Bosch*. Het Instituut voor toegepast marktonderzoek - Intomart - onderzocht de samenstelling van de bezoekersgroepen van deze tentoonstelling. Onder meer werd de opleiding en het beroep van de (Nederlandse) bezoekers vastgesteld (tabel 5).

De rapporteurs concluderen hier dat de schoolopleiding van de bezoekers bijzonder hoog ligt en ze constateren het geringe aandeel van personen met uitsluitend lager onderwijs en de sterke oververtegenwoordiging van de hogere opleidingsni-

veaus, in vergelijking met de Nederlandse bevolking. De beroepen worden niet vergeleken met de Nederlandse beroepsbevolking en de uitkomsten worden niet van commentaar voorzien.

De opleidingstabel schiet tekort in duidelijkheid; immers, onder welke categorie valt het 'lager beroepsonderwijs'? Waarschijnlijk onder 'ULO'. Bij de opbouw van de tabel voor de Nederlandse bevolking geldt, dat het lager beroepsonderwijs onder het lager onderwijs valt. Overigens is het samentrekken van de categorieën VHMO en ULO niet erg verhelderend; temeer nu ook nog de 'nog studerende' meegeteld zijn, hetgeen, denkend aan de vele excursies van scholieren, een vertekend cijfer oplevert.

Er is een merkwaardige mythe ontstaan rondom het bezoek aan de *Jeroen Bosch* tentoonstelling. Deze tentoonstelling wordt voorbeeldig genoemd op het stuk van publiciteitsvoering. Dat lijkt inderdaad wel juist te zijn. Velen waren bereid een relatief lange reis te maken om de tentoonstelling te zien. De Nederlandse bezoekers woonden gemiddeld 55 km van Den Bosch. Maar dat reclame genoeg zou zijn om een nieuw bezoekerspubliek te creëren wordt door de cijfers van deze bezoekers-analyse wel gelogenstraft: de bezoekers komen, zoals we zagen, uit de hogere opleidingsniveaus. Het is dan ook niet verwonderlijk dat van de bezoekers niet meer dan 11% opgaf nog nooit eerder een kunsttentoonstelling te hebben bezocht, een zelfs nog geflatteerd nieuwelingen-cijfer, als men bedenkt dat 40% daarvan uit jongeren onder de 20 jaar bestond.

Musement gemeten heette het rapport uitgebracht door het Instituut voor marktonderzoek en marketingadviezen Inter/View, over het onderzoek dat dit instituut uitgevoerd heeft onder de bezoekers van *Musement*, de nationale museum-manifestatie die in juni en juli 1969 gehouden werd in de Jaarbeurs te Utrecht.

Het is het eerste onderzoek dat niet alleen een analyse maakt van een bepaalde bezoekersgroep, maar bovendien, door middel van een landelijke steekproef, zoekt naar typerende kenmerken van degenen die frequent museums, galleries en ten-

Tabel 5

	Nederlandse bezoekers van 15 jaar en ouder (in procenten)	Nederlandse bevolking van 15 jaar en ouder (in procenten)
<i>Opleiding</i>		
Hoger onderwijs	25	2
VHMO/ULO	70	33
Lager onderwijs	5	65
Totaal	100	100
<i>Beroep</i>		
Hogere beroepen	41	-
Middenkader	30	-
Zelfstandige beroepen	9	-
Uitvoerende hoofdarbeiders	6	-
(On)geschoolde arbeiders	4	-
Niet werkzaam	10	-
Totaal	100	-

Tabel 6

	Museum	Landelijke steekproef	
	(in procenten)	totaal (in procenten)	1 × per jaar (in procenten)
<i>Opleiding</i>			
Univer. opl./Hogeschool	19	3	10
HTS/MTS of gelijkw. opl.	4	3	5
HBS/Gymnasium/Lyceum/Kweekschool	38	16	34
(M)ULO (of gelijkwaardige opl.)	20	24	24
LTS/UTS enz.	8	19	12
Lagere school	5	32	12
Overige opleidingen	8	4	3
Totaal	102	101	100
<i>Sociale klasse</i>			
Beter gesitueerden	23	7	15
Middenklasse	58	37	52
Hogere volksklasse	14	42	28
Lagere volksklasse	2	13	5
Niet onder te brengen	3	—	—
Totaal	100	99	100
<i>Inkomen</i>			
f 20 000 en meer	26	5	10
f 15 000–f 20 000	17	6	10
f 10 000–f 15 000	20	20	18
Tot f 10 000	21	34	24
Geen opgave	15	34	38
Totaal	100	100	100

toonstellingen bezoeken, gegevens, die kunnen dienen als vergelijkingsmateriaal, om vast te stellen op welke punten de Museum-bezoekers afwijken van het landelijk gemiddelde. Uit de veelheid van gegevens worden hier alleen die socio-economische gegevens gelicht, die ook bij de vorige onderzoeken ter sprake kwamen. Het gaat hier telkens om personen van 15 jaar en ouder (tabel 6).

Uit deze staten, werd door de rapporteurs het volgende afgeleid: *We zien, dat de Museum-bezoekers qua inkomen, opleiding en sociale klasse (drie variabelen die sterk met elkaar verbonden zijn) aanzienlijk hoger geklasseerd zijn dan bij de landelijke steekproef het geval is. Dit kan verklaard worden uit het feit dat de Museum-bezoekers vooral behoren tot de categorie van hen, die min of meer regelmatig musea, galeries en tentoonstellingen bezoeken.* Zij voegen daaraan toe dat in een vorig hoofdstuk van hun rapport werd

aangetoond, dat deze groep vooral gevonden wordt in de hogere sociale lagen van de bevolking. Toch vinden we bij de landelijke steekproef onder de regelmatige bezoekers (regelmatig betekent voor dit onderzoek 1 × per half jaar) 28% uit de hogere volksklasse; op Museum behoorde slechts 14% tot deze klasse. Verrassend is, dat de middenklasse onder de regelmatige bezoekers 52% voor hun rekening neemt, op Museum zelfs 58%.

In het rapport komen eerst andere resultaten aan de orde van het onderzoek bij de landelijke steekproeven. Bijna de helft – 48% – van de Nederlanders boven 14 jaar geeft op nooit naar een museum e.d. te gaan, 20% zegt tenminste één keer per half jaar te gaan, 13% eens per jaar en 13% minder vaak.

De bezoekfrequentie blijkt het grootst bij personen met een middelbare- of hogere opleiding en



Afb. 1. Musement: de groep van tamelijk frequente museumbezoekers.

uit de hogere sociale lagen van de bevolking. Uit de combinatie van deze en andere gegevens – zoals het peilen van de attitude t.a.v. museumbezoek – leidt Inter/View dan af: . . . de belangrijkste variabele die bij het museum-bezoek een rol speelt lijkt ons de schoolopleiding (en de hiermee verband houdende variabelen: sociale klasse en inkomen). Het blijkt dat een langere schoolopleiding gepaard gaat met een positievere attitude en met een hogere bezoekfrequentie van musea. Er wordt nog een andere verklaringsmogelijkheid gegeven: *Het is mogelijk dat niet de opleiding zélf, maar het milieu waar men uit voortkomt de variabele is die de belangrijkste rol speelt bij het bepalen van de houding ten opzichte van musea e.d.* Op de tweede Museumdag 1969, gehouden in het Haags Gemeentemuseum is, blijkens het verslag ervan in het Bulletin van de Koninklijke Nederlandsche Oudheidkundige Bond, Musement aan de orde geweest. Daar werd door een vertegenwoordiger

van Inter/View het feitenmateriaal toegelicht; een deel daarvan is hierboven afgedrukt. Spreker besloot zijn presentatie aldus: *Het probleem concentreert zich dus vooral op de vraag hoe men deze categorie (zij die zelden of nooit naar een museum gaan) naar een manifestatie als Musement krijgt.* Daar sluit de slotopmerking van de voorzitter van de vergadering op aan: *Aan de publiciteit zal daarbij (bedoeld wordt Musement II) veel meer aandacht besteed moeten worden.*

Het Stedelijk Museum liet door het bureau Intomart in 1969 een onderzoek instellen onder de bezoekers. Zoals we zagen werd er al in 1960 een peiling gedaan onder de leden van de Museumkring, die we regelmatige bezoekers kunnen noemen. Hoewel het nauwelijks verantwoord is, zullen we de cijfers m.b.t. de regelmatige bezoekers – in dit geval degenen die minstens 6 maal per

Tabel 7

Onderwijs	Stedelijk Museum 1960 21 jaar en ouder (in procenten)	Stedelijk Museum 1969 10 jaar en ouder (in procenten)		Ned. bevolking 15 jaar en ouder (in procenten)
		regelmatig	totaal	
Hoger onderwijs	23	15,9	15 (4)	2
Middelbaar onderwijs	48	67	68 (57)	14
ULO	24	17,1	11 (16)	19
Lager onderwijs	5	—	5 (23)	65
Geen opgave	—	—	2	—
Totaal	100	100	100 (100)	100

jaar gaan – uit 1969 leggen naast die m.b.t. de bezoekers uit 1960. Omdat er in 1969 twee peilingen gehouden werden – in april en in augustus – staan de percentages van augustus tussen (); het betrof toen slechts 74 Nederlanders, in april 447 Nederlanders (tabel 7).

Voordat men enige conclusies gaat trekken moet er rekening worden gehouden met een adder onder het gras, n.l. de grote groep studerende onder de opleidingen en de verschillen in de leeftijden bij de twee onderzoeken. De groep van 10–21-jarigen wordt immers wel in 1969, maar niet in 1960 meegeteld. We kunnen dus niet zomaar concluderen dat het accent verschoven is van de hoger opgeleiden naar de middelbaar opgeleiden. Wel kunnen we zeggen dat de lagere opleidingen nog steeds een relatief kleine plaats onder het museumbezoek innemen.

Wanneer we de cijfers van het regelmatig bezoek vergelijken met die van het totale bezoek, is de overeenkomst frappant. De situatie, die in 1960 gesignaleerd werd blijkt nog te bestaan, n.l. dat het Nederlandse museumbezoek aan het Stedelijk Museum voornamelijk gevormd wordt door een vaste kern van regelmatig bezoekers: 63% gaat minstens 6 maal per jaar, 75% gaat zeker drie maal per jaar; de Amsterdamse bezoeker gaat gemiddeld 5 keer per jaar.

De verdeling van de beroepen laat geen vergelijking tussen 1960 en 1969 toe. Intomart gaf het volgende overzicht (tabel 8).

De Intomart-onderzoekers constateren nog dat, waar veel bezoekers uit de directe omgeving van het museum afkomstig zijn, de socio-economische samenstelling van de bevolking van de districten van doorslaggevend betekenis is om het museum te bezoeken dan de ligging van die districten ten opzichte van het museum.

Maar om een duidelijker inzicht te krijgen in de betekenis die herkomst en sociale status voor het museumbezoek hebben, is het noodzakelijk dat deze beide factoren tegen elkaar afgezet moeten worden; dan zal misschien de ligging van het museum toch zeer belangrijk blijken te zijn.

Tabel 8

Beroepen	Stedelijk Museum 1969 (in procenten)	
	april	augustus
Hogere beroepen	9	11
Middenkader	17	12
Niet acad. vrije beroepen	8	4
Uitvoerende hoofdarbeiders	8	8
Zelfstandige middenstand	0	3
Arbeiders	0	3
Gepensioneerd	2	—
Studerend	45	51
Zonder beroep	2	5
Huisvrouw	8	3
Geen opgave	0	—
Totaal	100	100



Afb. 2. Het Rijksmuseum op Musement.

SAMENVATTING

Uit bovenstaande cijfers en commentaren komt naar voren dat nu al 15 jaar lang de sociale bovenlaag van onze samenleving, zowel naar opleiding, beroep als inkomen, in het museumbezoek oververtegenwoordigd is.

Een kleine verschuiving naar de middenlaag is de laatste jaren merkbaar; maar als men daarnaast ziet dat juist de – studerende – jongeren een groot aandeel hebben in dat bezoek en dat de leeftijds-groep van 30 tot 45 jaar veel verstek laat gaan, dan kan men hoogstens constateren, dat er bij het onderwijs meer aandacht is ontstaan voor museumbezoek.

Een andere factor die sterk samenhangt met de sociaal economische opbouw van de bevolking, is de – regionale – herkomst van de bezoekers: de

bewoners van grote steden zijn relatief oververtegenwoordigd, vergeleken met minder geürbaniseerde regio's; voorts komen relatief veel bezoekers uit wijken en buurten rondom de museums, zodat de ligging van het museum mede bepalend lijkt voor de samenstelling van bezoekersgroepen. Het zou interessant zijn na te gaan, hoe de opbouw van het bezoek in een centraal gelegen museum – in de binnenstad ingeklemd – verschilt of overeenkomt met de bevolkingsopbouw van het desbetreffende stadsdistrict. Wanneer men het hierboven geschetste beeld – museumbezoekers komen uit de sociale bovenlaag van onze samenleving – drastisch zou willen veranderen, moet men zich eerst verdiepen in de motivering van publiek om museums níet te bezoeken. Er is al het een en ander bekend van belangstelling en motieven van de wèl-bezoekers. Hieruit kan men dan

eventueel conclusies trekken ten aanzien van de níet-bezoekers:

- sociale controle belet of stimuleert bezoek;
- het museum als tempel der muzen creëerde een sfeer om zich heen, waardoor bepaalde categorieën schromen er binnen te gaan: sfeerschroom;
- cultuur-zelf wordt ervaren als geestelijke luxe, die b.v. arbeiders menen zich niet te kunnen veroorloven.

Overheden, museumdirecties en tentoonstellingsorganisatoren moeten hier en daar wel een vermoeden hebben gehad van het selectieve karakter van het publiek. Uit goede wil werden daarom wel pogingen in het werk gesteld om museumbezoekers uit ruimer kring te trekken. De gedachtingang daarbij was dat het doelpubliek een nauwkeuriger afspiegeling zou moeten zijn van het Nederlandse volk. Museums, zo klinkt het dan, moeten toegankelijk zijn voor iedereen.

Omdat oorzaken van wegblijven niet in de eerste plaats gevonden kunnen worden in het museum, is het evident, dat de hier gegeven cijfers wel uit moesten wijzen, dat het succes van op zijn minst vijftien jaren van dit soort pogen niet groot kon zijn. Anderzijds lijkt het er ook wel eens op, dat organisaties en overheden zich bij de 'elitaire' situatie hebben neergelegd, blijkens programma-keuze en presentatie.

SOLO VAN VAN DER HOEK:

Om verbetering in de situatie te brengen wordt van verschillende zijden voorgesteld publiek op te voeden en reclame-campagnes te voeren om zo een breder publiek te kunnen aantrekken.

Opvoeden doet men met een gegeven groep, met mensen - jong en oud - die aan een opvoeder zijn toevertrouwd. Die gegeven groep kan ook de groep museumbezoekers zijn; ten opzichte van hen zou men opvoedend bezig kunnen zijn. Wij, van de Educatieve Dienst van het Rijksmuseum staan tegenover die gedachte met enige scepsis, zoals dat elders in dit nummer te lezen is. Het is opvallend, dat opvoeden, vormen, kortom begeleiden van museumbezoekers vrijwel alleen voorgesteld wordt voor lagere sociale strata. Bezoekers

met een hogere status komen eerder naar het museum dan bezoekers met een lagere status. En 'hoog' heeft immers een meer gespecificeerde interesse, weshalve voorgestelde 'educatieve maatregelen' hen meestal niet gelden. Maar, zo vonden men in het Tropenmuseum, ondanks het feit dat het museum-bezoekende publiek een elite-publiek is, is de belangstelling niet bijzonder gericht. Hoogstens is, binnen een wat vaag interesse-patroon, de gerichtheid wat groter naarmate de sociale status hoger is. De onjuistheid van de eenzijdige 'educatieve' gerichtheid op 'laag', bewijzen de elite bezoekers van 't Stedelijk, die als het ware smeken om informatie. Nochtans is dat opvoeden een activiteit die men tegenover een groep ten uitvoer legt, die men al 'heeft'. Daar gaat geen wervende werking van uit. Mensen die men niet in huis heeft zijn moeilijk opvoedbaar.

Om ze wel binnen te krijgen zou de reclame te hulp moeten komen.

Net als 'opvoeden' bekijken wij reclame-maken met een zekere terughoudendheid, al staan we beide activiteiten ook binnen het museum-bedrijf van ganser harte voor. Maar reclame-maken heeft niet die uitwerking, dat een artikel waar men geen behoefte aan heeft, ook blijvend wordt aangeschaft. Met reclame maak je van sigaretten-rokers geen sigaren-rokers. Reclame scheidt niet een behoefte die niet bestaat. Als er geen behoefte is - niet mag zijn - aan cultuur-consumptie, zal een reclame-campagne alleen maar succes hebben binnen de groep reeds geïnteresseerden, de mogelijke bezoekers.

CONCLUSIE: DE TAAK VAN EEN EDUCATIEVE DIENST

Ik meen dat uit het vorenstaande kan worden afgeleid, dat de wezenlijke belemmering om o.a. een museum te bezoeken gelegen is in de structuur van een maatschappij. Het toegankelijk-maken van dit instituut (en van vele andere) moet dan ook gezocht worden in - men ontkomt niet aan een modeterm - herstructurering van die maatschappij. In die maatschappij zal cultuurconsumptie voor de hand moeten liggen. Opvoeden en reclame-maken zal daar en dan overbodig zijn, of

althans anders gericht kunnen worden. Het eerste CBS-rapport signaleerde in 1959 al: *... dat alle pogingen om het culturele peil van de bevolking te verhogen relatief meer effect (zullen) hebben in de 'hogere' milieus, omdat de 'lagere' milieus minder bereikbaar zijn dan de 'hogere' door middel van verenigingen, films, lectuur, toneel- en concertuitvoeringen (en, zo voeg ik er vrijmoedig aan toe, museumbezoek). Alle subsidies van overheidswege en ook alle organisatorische of propagandistische pogingen van particuliere zijde om het niveau van op de markt aangeboden boeken, film- en toneelvoorstellingen enz. te verbeteren, komen derhalve meer ten goede aan die groepen, voor wie het niveau toch reeds relatief hoog ligt. Juist de 'lagere' groepen zijn betrekkelijk immuun voor veranderingen in het culturele leven vanwege het feit, dat zij daar in grote getale helemaal niet aan deel nemen.* Het is niet te gewaagd, om het *enz.* uit het bovenstaande citaat te begrijpen als 'pogingen om een breder museumpubliek te creëren'.

Het is duidelijk dat veranderingen aanbrengen in het culturele leven niet binnen de beperktheid van die sector alleen kan plaats vinden. Het zal er, zoals gezegd, op moeten neerkomen dat die veranderingen in de gehele maatschappij moeten worden doorgevoerd. Het is ook duidelijk, dat dat niet tot het werkterrein van een educatieve dienst kan behoren. De Educatieve Dienst van het Rijksmuseum met name vindt zijn werkterrein voornamelijk in de begeleiding van de bezoeker van dat museum en van de bezoeker, die voor een tamelijk nabije toekomst zijn bezoek aankondigde. Het hier gepresenteerde materiaal levert de rechtvaardiging voor het doen van het ene en het laten van het andere. Hoe het gebeurt, in welke vorm, wordt in de volgende hoofdstukken uiteengezet. Het veranderen van de maatschappij moet overgelaten worden aan een ander specialisme. Hier behoren de relatie-sleutelaars het strijdperk te betreden, zoals de kop luidde van een artikel in *Vrij Nederland* (21-II-'70) van dr. M. van Beugen, lector in de agologie te Groningen. Agologie is de samenstellende term voor alle menselijk handelen gericht op het doelbewuste veranderen van het

sociale gedrag van mensen, groepen, organisaties, naties. Voorwaarden voor dit agologische bezig-zijn worden mede geschapen doordat het museum – dat zichzelf immers, en terecht, een sociaal instituut vindt – zich zo open mogelijk opstelt. Maar principieel kan een dergelijk handelen met het doel zó nieuwe bezoekers te werven nooit het werk zijn van een educatieve dienst van een museum.