

## Hoe leuk en leerzaam samengaan

Uniek en authentiek karakter van musea van belang bij educatie

Anno 2003 organiseren veel musea speciale kinderactiviteiten, uit zowel ideologische als economische motieven. Maar met alleen een educatieve ruimte zijn ze er nog niet. Kinderen willen in een museum niet alleen aan knoppen zitten, maar ook échte voorwerpen zien.

In 1975 werd in het Tropenmuseum in Amsterdam het Kindermuseum geopend. Lange tijd was dit het enige in zijn soort. De laatste jaren is echter een toenemende belangstelling waar te nemen voor speciale kindertentoonstellingen. Denk aan succesvolle opstellingen als **Hotel het Reispaleis** in het Wereldmuseum in Rotterdam en **In Mokum staat een huis** in het Joods Historisch Museum in Amsterdam (Van Deijck 2001). Deze ontwikkeling viel de Raad voor Cultuur ook al op in zijn **Advies Cultuurnota 2001-2004**: 'Met de bezoeker als uitgangspunt is educatie weer een belangrijk item binnen de integrale museale context. (...) Opvallend in dat verband is het grote aantal musea dat een aparte afdeling voor kinderen opzet' (Raad voor Cultuur 2000).

**Maar ook musea zonder aparte kinderafdeling laten kinderen steeds minder aan hun lot over.** Veel musea bieden tegenwoordig kinderactiviteiten, kindertentoonstellingen of kinderroutes aan. Ook zijn tentoonstellingen erop gericht kinderen **hands-on** de mogelijkheid te geven zelf dingen te doen of ontdekken. Waar komt die recente aandacht voor kinderen in musea vandaan? Hoe krijgen deze activiteiten vorm? Welke resultaten wil men bereiken? En lukt dat ook? Een van de belangrijkste conclusies is dat het aanbieden van alleen **hands-on**-activiteiten niet werkt. Het museum kan zich onderscheiden door de nadruk te leggen op de unieke en authentieke objecten die het tentoonstelt en de verhalen die die objecten vertellen. Juist die invalshoek stellen bezoekers op prijs.

**Kunst voor Allen** Kennisoverdracht is al eeuwenlang een van de belangrijkste taken van musea, maar het daadwerkelijke bereik van die kennisoverdracht staat pas sinds de vorige eeuw echt in de belangstelling. In het begin van de vorige eeuw waren het nog private initiatieven als Kunst voor Allen die zich bezighielden met de verspreiding van kunst en kennis. Sinds 1945 kwam daar de overheid bij als 'verheffer' van het volk. Pas vanaf de jaren zestig kwam de term kunsteducatie op en werd de beleving van kunst door 'gewone' mensen belangrijker. De nieuw opgerichte educatieve diensten moesten ervoor gaan zorgen dat zo veel mogelijk mensen een museum konden bezoeken en begrijpen. Het educatieve aanbod

**Ook musea zonder aparte kinderafdeling laten kinderen steeds minder aan hun lot over**

bestond in beginsel vooral uit rondleidingen en lezingen gericht op schoolgroepen. Gedurende de jaren zeventig breidde zich dat uit, maar de musea traden met hun kinderactiviteiten nog niet zo erg op de voorgrond.

De jaren tachtig geven een ander beeld. Musea moesten eigen inkomsten gaan verwerven. Hoge publiekscijfers zouden meer geld voor het museum opleveren, maar wie van dat publiek deel uitmaakten leek op dat moment minder belangrijk geworden. De educatieve afdelingen versmolten met de pr- en marketingafdelingen. Musea werden zich ervan bewust dat ze een dagje uit verzorgden en dus moesten concurreren met toeristische attracties. Aangezien een dagje uit vaak met het hele gezin ondernomen wordt, waren 'leuke activiteiten voor kinderen' een goede manier om publiek binnen te halen. Maar wat kinderen van zo'n bezoek opstaken, verschoof naar het tweede plan (Elffers 1999, Haanstra e.a. 1996, Brouwers 1998).

Vanaf halverwege de jaren negentig is educatie weer helemaal terug op de museumagenda. Overigens staan de bezoekersaantallen daar ook nog steeds op. De motivatie die musea geven voor het organiseren van kinderactiviteiten combineert ideologische en economische aandachtspunten. Het museum wil zo veel mogelijk kinderen de kans geven kennis te maken met musea en daar iets van op te steken, maar daarnaast hopen ze kinderen aan te zetten om later nog eens terug te komen.

Brouwers laat in haar scriptie over kindereducatie in Rotterdamse musea uit 1998 zien dat **veel educatieve activiteiten nog steeds rechtstreeks afgeleid zijn van de activiteiten die in de jaren zeventig in diezelfde musea ook al plaatsvonden**. Educatief medewerkers geven daarvoor dezelfde motivatie als in de jaren zeventig. Zij vinden het belangrijk dat kinderen kennismaken met het museum, er plezier in hebben en kennis opdoen (o.m. Ranshuysen 2002).

Daarnaast nemen musea een positie in op de vrijetijdsmarkt. Kinderen zijn een aantrekkelijke doelgroep. Niet voor niets heeft ook de commercie zich op kinderen gestort. De alomtegenwoordigheid van kindertijdschriften, kinderkwinkels, kinderpoptmuziek en kindermarketingbureaus zal weinigen zijn ontgaan. Musea doen mee aan die trend. Er zit bovendien nóg een economische kant aan het streven zo veel mogelijk verschillende kinderen in het museum te krijgen, er is namelijk subsidie voor te krijgen. Projecten als Cultuur en School en het Actieplan Cultuurbereik hebben ervoor gezorgd dat educatieve afdelingen konden uitbreiden of dat speciale kinderprojecten konden worden uitgevoerd.

**Theatrale aanpak** Musea kampen al jaren met een weinig kindvriendelijk imago. Renée Waale (2002) refereert aan een artikel in *NRC Handelsblad* over zomervakanties, waarin kinderen te kennen gaven alles te kunnen verdragen maar geen museumbezoek. 'Want musea zijn saai!' Aangezien ouders kinderen tegenwoordig meer inspraak geven in de keuze van activiteiten, zullen zij ook vaak het museum dan maar links laten liggen. Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen onderzocht jaren

Veel educatieve activiteiten van musea zijn nog steeds rechtstreeks afgeleid van de activiteiten die in de jaren zeventig in diezelfde musea ook al plaatsvonden

geleden al meermalen hoe bezoekers de kindvriendelijkheid van musea beoordeelden. Vaak viel die kindvriendelijkheid tegen. **Zo gaven bezoekers van dertien musea in Zuid-Kennemerland in 1997 aan kindvriendelijkheid van alle aspecten het laagste cijfer.** Terwijl de respondenten vaak bevestigend antwoordden op de vraag of zij erin geïnteresseerd waren musea met kinderen te bezoeken (Ranshuysen 1997). De boodschap kwam bij veel musea over: als het museum kindvriendelijker wordt, is er publiek te winnen. En die boodschap nemen de musea ter harte.

Ook in het Joods Historisch Museum bleek in 1999 uit publieksonderzoek dat het museum als weinig kindvriendelijk ervaren werd (Ranshuysen 1999). Daarop werd een plan opgesteld dat uiteindelijk resulteerde in de kinderopstelling **In Mokum staat een huis**, die sinds de opening in 2001 erg succesvol is. Het Joods Historisch Museum koos voor een aparte kinderpresentatie voor kinderen en hun ouders, en zoals al eerder aan de orde kwam, deed een aantal andere musea eind jaren negentig of begin deze eeuw hetzelfde. Zij richtten een aparte kinderafdeling in, waar vaak een of meerdere personages in een verhaal de hoofdrol spelen. De kinderen volgen het verhaal en leren zo over het onderwerp dat centraal staat (o.m. Van Deijck 2001).

Maar niet alle musea kiezen voor een aparte kinderafdeling. Er zijn nog meer manieren om een museum interessant voor kinderen te laten zijn. Sommige musea hebben als vanzelf een onderwerp dat kinderen aanspreekt, zoals bakkerij- of speelgoedmusea. Andere musea, die niet meteen kinderen aanspreken, richten zich met speciale tentoonstellingen op de interesses van kinderen. Zo organiseren veel natuurhistorische musea regelmatig tentoonstellingen over dinosaurussen. In musea die niet vanzelfsprekend kindvriendelijke onderwerpen presenteren, zijn allerlei methoden bedacht om die toch interessant voor kinderen te maken. De traditionele methode is de speurtocht die kinderen vragen meegeeft die zij in het museum kunnen beantwoorden. Een leskoffertje of -kist geeft kinderen een pakketje mee met spulletjes waarmee ze in het museum aan de slag kunnen. Soms loopt er een speciaal kinderspoor door een ook op volwassenen gerichte tentoonstelling. Luikjes die open kunnen of dingen die mogen worden aangeraakt maken daar vaak deel van uit. Ook zijn er in sommige musea computers opgesteld, waarop kinderen een spel kunnen spelen of een opdracht kunnen maken. **Het zelf doen, of hands-on, is een van de belangrijkste methoden geworden om kinderen tot een actief museumbezoek te verleiden.**

Er wordt daarnaast, met name in volkenkundige musea, tegenwoordig gewerkt met een theatrale aanpak, waarbij kinderen zelf een rol spelen en in een andere wereld terecht komen. Het Kindermuseum in het Tropenmuseum zette met die benadering al heel vroeg de toon. Kinderen mogen zich verkleden, krijgen een andere naam of bespelen muziekinstrumenten. Deze laatste methode komt al dicht bij de speciale activiteiten voor kinderen die een groot aantal musea tegenwoordig op vaste dagen en tijden, bijvoorbeeld de woensdagmiddag of ter gelegenheid van een opening of museumweekend, organiseren. Kinderen kunnen, vaak in een

Bezoekers van dertien musea in Zuid-Kennemerland gaven in 1997 aan kindvriendelijkheid van alle aspecten het laagste cijfer

Het zelf doen, of hands-on, is een van de belangrijkste methoden geworden om kinderen tot een actief museumbezoek te verleiden

aparte kinderruimte of in een kinderatelier, zelf iets doen, bijvoorbeeld een sieraad of schilderij maken. Ook speciale kinderrondleidingen onder leiding van een gids, die specifiek op kinderen is ingespeeld, zijn in opkomst. Soms is de gids zelf een kind, zoals in het Fries Museum.

**Verjaardagspartijtjes** Het maakt verschil of kinderen met hun ouders naar het museum komen of met school. Een school komt immers met een hele groep tegelijk en vraagt dus om een andere benadering dan een los kind dat met ouders het museum binnenwandelt. Toch zijn veel van de nieuwe kinderpresentaties en kinderactiviteiten voor beiden geschikt. Toen in de jaren zeventig het educatieve werk in musea gestalte kreeg, waren scholen de belangrijkste doelgroep. De nadruk lag op het cognitieve. In de jaren tachtig, toen educatie deel ging uitmaken van marketing, stonden individuele kinderen en hun ouders en grootouders meer in het middelpunt: het moest toen vooral leuk zijn. Inmiddels combineren musea die vooroplopen met kinderactiviteiten beide groepen op efficiënte wijze: het is leuk in het museum en je kunt er wat van leren. En dat werkt. Het Museum & Schoolprogramma zorgt er in Leiden voor dat een groot aantal kinderen uit het basisonderwijs in elke groep een ander Leids museum bezoekt. Uit een evaluatie onder de docenten blijkt dat musea die het meeste op kinderen zijn ingespeeld, ook het beste beoordeeld worden op educatieve aspecten. (Ranshuysen 2002). Naast onderwijsgroepen, die door haast alle musea wel ontvangen worden, zijn ook andere groepen graag gezien in musea die zich op kinderen richten. Nieuwe trend is daarbij het verjaardagspartijtje in het museum. ‘Deze activiteit is ontstaan vanuit veelvuldige vraag vanuit het publiek’, aldus Brouwers (1998).

Uit onderzoek is bekend dat **kinderen die individueel musea bezoeken in de meeste gevallen ook ouders hebben die musea bezoeken**. ‘Het voorbeeld van ouders is zelfs de meest bepalende factor voor 6-15-jarigen om naar musea en monumenten te gaan’ (De Haan 1996). Dit is een belangrijke reden voor musea om zich te (blijven) richten op het onderwijs. Hiermee bereiken ze immers een doorsnede van de bevolking.

Al eerder kwam ter sprake dat musea hopen dat kinderen die via school in aanraking komen met musea, op latere leeftijd nog eens terugkomen. Er is slechts één onderzoek waarvan de resultaten erop lijken te wijzen dat die hoop terecht is. Ganzeboom en Ranshuysen (1993) ondervroegen Amsterdammers die in hun jonge jaren wel of geen museumlessen hadden gevolgd. Er bleek een niet opvallend groot, maar wel significant positief effect te zijn: de oud-deelnemers aan de museumlessen rapporteerden 11 procent meer museumbezoek per jaar dan zij die deze lessen niet hadden gevolgd. Daarnaast verwachten musea ook een effect van enthousiaste kinderen op hun ouders of grootouders. Een aantal musea in het programma Museum & School in Leiden stimuleert dit effect actief door aan deelnemende kinderen vrijkaartjes of kortingsbonnen te geven, of een certificaat dat hun ‘de bevoegdheid’ geeft anderen rond te leiden. Het effect hiervan is, volgens de leerkrachten, niet overweldigend, maar ook niet geheel afwezig (Ranshuysen & Elffers 2002).

**Kinderen die individueel musea bezoeken, hebben in de meeste gevallen ook ouders die musea bezoeken**

**Gecomplieerde rode draad** Zelden onderzoeken musea officieel of ze de nagestreefde effecten ook daadwerkelijk bereiken. Er zijn wel ideeën over programma’s die positief zijn ontvangen, en leuke anekdotes over enthousiaste kinderen. Educatief medewerkers en rondleiders voelen goed aan of activiteiten aanslaan of niet. Maar zij hebben alleen een globaal beeld en kunnen niet tot in detail aangeven welke resultaten zij precies boeken. In de tentoonstelling **In Mokum staat een huis** in het Joods Historisch Museum is wel een uitgebreid kwalitatief evaluatieonderzoek gehouden. Het enthousiasme van de kinderen dat de rondleiders al hadden geobserveerd kwam terug in het onderzoek. Er werden opmerkingen gemaakt als: ‘Ik verwachtte iets heel saais, maar dit was echt leuk!’ Dat het zo leuk was had ook invloed op de mate waarin de kinderen de tentoonstelling begrepen en onthielden. **Met name kinderen die met school kwamen bleken een aantal weken later nog een hoop te weten over het jodendom en er een genuanceerd beeld van te hebben**, zoals de tentoonstelling nastreeft.

Toch blijkt bij gedetailleerde evaluatie ook dat sommige thema’s en bedoelingen van de tentoonstelling niet goed overkomen. Een verhalende tentoonstelling als **In Mokum staat een huis** bevat een zeer uitgewerkte rode draad. Die rode draad bleek toch iets te gecompliceerd om tot in detail te kunnen vatten. Daardoor gingen sommige belangrijke boodschappen verloren. Omdat de tentoonstelling een pilot is, krijgt het Joods Historisch Museum de kans belangrijke boodschappen in een nieuwe en permanente versie beter over te brengen. ‘We zijn nu in de fase dat we alle evaluaties naast elkaar leggen om zo te komen tot een nieuw plan, gebaseerd op het oude, verrijkt met de ervaring en kennis die we hebben opgedaan’, aldus Petra Katzenstein, bedenker van **In Mokum staat een huis**.

Uit het onderzoek in het Joods Historisch Museum bleek dat het een goede keuze is om ouders en kinderen samen de tentoonstelling te laten beleven. Volwassenen bleken soms net zo enthousiast over de activiteiten als de kinderen (Ranshuysen & Elffers 2001). Leerkrachten, groepsbegeleiders, maar ook ouders blijken het erg belangrijk te vinden dat kinderen dingen kunnen doen. Vaak geven zij aan van musea te verwachten dat je er alleen mag kijken en nergens aan mag zitten en dat is voor veel kinderen een probleem. Als je dingen mag doen is dat vaak meteen een hele opluchting.

De discussie of leuke dingen wel leerzaam kunnen zijn, ontstaat vrij snel als het over kinderpresentaties in musea gaat. De meeste leerkrachten vinden musea die leuk zijn voor de kinderen vaak vanzelf al erg leerzaam. Wel hebben zij kritiek op musea waarin educatieve programma’s geheel losstaan van het ‘echte museum’. Uit de evaluatie door docenten van Museum & School bleek een programma dat voornamelijk in een educatieve ruimte werd afgewerkt, veel minder goed gewaardeerd te worden, omdat er geen echte objecten in voorkwamen (Ranshuysen & Elffers 2002). Inge Hekman van het Fries Museum geeft ook aan dat ze de jongste groepen meer in het museum wil brengen, omdat de kinderen daarom vragen.

**Met name kinderen die met school naar het Joods Historisch Museum kwamen, bleken weken later nog een genuanceerd beeld van het jodendom te hebben**

'Kinderen zijn al zo veel gewend van de televisie en de bioscoop, dat het audiovisuele aanbod in musea snel gaat vervelen'

In een recent vooronderzoek voor een nieuw stadsmuseum in Gent bleek dat ouders die regelmatig met kinderen een museum bezoeken het unieke van een museum erg belangrijk vinden. Musea met veel interactieve en computergestuurde effecten vinden hun kinderen twintig minuten leuk, maar daarna gaat de lol er snel van af: **'Kinderen zijn al zo veel gewend van de televisie en de bioscoop, dat het audiovisuele aanbod in musea snel gaat vervelen'** (Ranshuysen 2003). Hein (1998) bevestigt dit idee en benadrukt dat kinderen pas iets leren als zij echt geraakt en uitgedaagd worden. In zijn boek *Learning in the museum* baseert hij zich daarbij op pedagoog Dewey (1938): willen ervaringen leerzaam zijn, dan moeten ze niet alleen **'hands-on'** maar ook **'minds-on'** zijn. De Gentse ouders zeggen daarover: 'Er moeten echte dingen worden getoond, met hun verhalen. Authenticiteit is belangrijk.' Dat laatste is opvallend, want het is het grote verschil met het pretpark. In musea zijn echte, unieke voorwerpen te zien, in een pretpark is alles nagebouwd. Net als Anna in het artikel van Nanda van den Berg kiezen de Gentse ouders en hun kinderen voor een museum om er 'iets anders te beleven' en 'iets te ontdekken'.

**Wet van de remmende voorsprong** Annegien Canoy van het Bijbels Openlucht-museum zegt het zo: 'Het is niet of vermaak of leren. Je wilt een goed verhaal vertellen door aan te sluiten op de belevingswereld van kinderen.' Essentieel bij het behalen van die doelstelling lijkt het feit dat kinderen zelf iets kunnen doen in het museum. Maar met alleen hands-on-opstellingen ben je er ook niet als museum. Museummedewerkers en -bezoekers blijken erg gesteld te zijn op het unieke en authentieke van het museum. Wat zo bijzonder is aan musea, is dat er echte voorwerpen te zien zijn: die moet je centraal stellen. De doe-activiteiten moeten in dienst staan daarvan. Leerkrachten, maar ook bezoekende volwassenen en kinderen blijken activiteiten die te zeer losstaan van het echte museum niet zo erg op prijs te stellen. Eerlijkheid over het karakter van het museum waarderen zij wel.

Die nieuwe nadruk op authenticiteit heeft, grappig genoeg, het effect dat musea kunnen profiteren van de wet van de remmende voorsprong. Musea die in de jaren tachtig en vroege jaren negentig hun museum volbouwden met computers en interactieve video-opstellingen, die weinig te maken hadden met de reguliere activiteiten van het museum, hebben nu het nakijken. Niet voor niets blijkt nog steeds dat kleine musea, die weinig middelen hebben voor dit soort spannende opstellingen, vaak erg goed scoren als het gaat om kindvriendelijkheid (o.m. Ranshuysen 2001).

Ook kunstmusea, die zich tot voor kort nog weinig begaven op het pad van de spectaculaire kinderpresentaties en -activiteiten, hebben nu succes met activiteiten die zich op het wezen van hun bestaan richten, zoals kunstbeschouwing, verzamelen, kunst kopen, rondleiden of tentoonstellingen inrichten. In 1998 constateerde Rianne Brouwers in haar scriptie dat er binnen de Rotterdamse musea nog nauwelijks sprake was van educatieve doelstellingen die op schrift gesteld waren.

**'Een educator mag al blij zijn als kindereducatie in het beleidsplan wordt genoemd.'** Musea als het Fries Museum, het Bijbels Openluchtmuseum en het Museum Van Bommel Van Dam laten zien dat dat bij hen inmiddels anders is. In deze drie musea zijn de educatief medewerkers in staat gesteld zich echt te concentreren op kinderen, goede activiteiten aan te bieden en, doordat het educatieve beleid gedragen wordt door de directie, de link met de rest van het museum goed in de gaten te houden. Het onderzoek dat tot nu toe gedaan is bij kindertentoonstellingen en -activiteiten wijst erop dat musea daarmee op de goede weg zijn.

Anna Elffers is cultuursocioloog en vaste medewerker van Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.

Een educator mag al blij zijn als kindereducatie in het beleidsplan wordt genoemd'

#### Literatuur

- Brouwers, R.** (1998) Op hun fietsjes het museum in. Actuele ontwikkelingen van de kindereducatie in Rotterdamse musea. Rotterdam: afstudeerscriptie Kunst- en Cultuurwetenschappen EUR.
- Deijck, E. van** (2001) Een bezoek is een belevens. Onderzoek naar kinderpresentaties, een actueel museumverschijnsel. Amsterdam: afstudeerscriptie Culturele Studies UvA.
- Elffers, A.** (1999) Het nieuwe museum. Recente ontwikkelingen in een internationale museumwereld. Amsterdam: afstudeerscriptie Cultuursociologie UvA.
- Ganzeboom, H. & L. Ranshuysen** (1993) Cultuureducatie en cultuurparticipatie. Opzet en effecten van de Kunstkijkuren en de Muziekluisterlessen in het Amsterdamse primair onderwijs. Zoetermeer: Hageman.
- Haan, J. de** (1996) Het gedeelde erfgoed. Een onderzoek naar de veranderingen in de cultuurhistorische belangstelling sinds het einde van de jaren zeventig. Rijswijk: SCP.
- Haanstra, F. & J. Oostwoud Wijdenes** (1996) Trendrapport Museumeducatie. Amsterdam: SCO Kohnstam Instituut.
- Hein, G.E.** (1998) *Learning in the museum*. Londen: Routledge.
- Raad voor Cultuur** (2000) Van de schaarste en de overvloed. Advies cultuurnota 2001-2004. Den Haag: Raad voor Cultuur.
- Ranshuysen, L.** (1997) De burenen binnenhalen. Regionaal publieksonderzoek Zuid-Kennemerland. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Ranshuysen, L.** (1999) Vier publieksgroepen van het Joods Historisch Museum nader beschouwd. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Ranshuysen, L.** (2001) Publieksonderzoek Halte Medemblik. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Ranshuysen, L. & A. Elffers** (2001) Evaluatie In Mokum staat een huis. Joods Historisch Museum voor kinderen. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Ranshuysen, L. & A. Elffers** (2002) Museum & School. 2e evaluatie door docenten schooljaar 2000-2001. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Ranshuysen, L.** (2003) Een nieuw stadsmuseum voor Gent. Voorstellen vanuit het beoogd publiek. Gent: Gent Cultuurstad VZW.
- Staffhorst, M.** (2002) 'Inleving in plaats van voorlichting'. In: Museumvisie, oktober.
- Waale, R.** (2002) 'Het ideale museumkind bestaat niet'. In: Museumvisie, oktober.