

Een
nieuw
stadsmuseum
voor Gent

Voorstellen
vanuit
het
beoogde
publiek

Letty Ranshuysen

GENTCULTUURSTAD vzw

VOORWOORD

In de Gentse erfgoedsector dient zich binnen afzienbare tijd een belangrijke nieuwe speler aan. Als alles naar wens verloopt zal in de loop van 2006 op de Bijlokesite een gloednieuw Stadsmuseum de deuren openen. Dit stadsmuseum mag geen louter historisch – laat staan oudheidkundig – museum zijn, maar moet een instrument voor een actief erfgoedbeleid worden. Het wil naast een museum in de traditionele betekenis ook een ontmoetingsplaats zijn die toegankelijk is voor iedereen.

Deze ambitie zullen we slechts kunnen waarmaken als het publiek reeds van bij het prille begin nauw betrokken wordt bij de (uit-)werking van dit Stadsmuseum. Teneinde de desiderata van het publiek in kaart te brengen werd in opdracht van de vzw Gent Cultuurstad door Letty Ranshuysen een zeer gedegen participatieonderzoek uitgevoerd. In deze publicatie vindt u de resultaten van haar zoektocht.

Resultaten die ongetwijfeld heel wat mensen die actief zijn in de bruisende cultuursector aan het denken zullen zetten. Hoogst instructief zijn bijvoorbeeld de associaties van de respondenten bij de notie 'Cultuur'. Behoudens talloze verwijzingen naar onze in Vlaanderen ongeëvenaarde 'verzameling' beschermde monumenten, werd vooral verwezen naar heel concrete realisaties en hoogst actieve erfgoedinstellingen. Binnen deze contouren moeten experts en beleidsmakers het op stapel staande centrum voor een actief erfgoedbeleid nu uittekenen en vormgeven.

Dit onderzoek is niet alleen een cruciaal werkinstrument voor alle partners die betrokken zijn en zullen worden bij de opbouw van het stadsmuseum, maar bevestigt evenzeer dat er een breed maatschappelijk draagvlak bestaat voor dit initiatief. Want juist daar ligt de verklaring voor het enorme enthousiasme en de inzet waarmee de vertegenwoordigers van de diverse doelgroepen hebben meegewerkt. Ik hou er dan ook aan alle deelnemers hiervoor te bedanken.

Sas van Rouveroj
Eerste schepen en schepen van cultuur van de stad Gent
Voorzitter van Gent Cultuurstad vzw

INHOUDSOPGAVE

Inleiding 7

- Onderzoeksdoel en centraal gestelde doelgroepen 7
- Gehanteerde onderzoeksmethode 10
- Opbouw rapport en centrale onderzoeksvragen 13

DEEL I: INVULLING VAN HET MUSEUM

Het museum 16

- Actief erfgoedbeleid 16
- Het ideale stadsmuseum 18
- Voorbeeldmusea 23
- Begeleiding bij museumbezoek 25
- De naam voor het nieuwe museum 27
- De stadsmuseumwebsite 29

De tentoonstellingen 31

- Mogelijke invalshoeken 31
- Centrale perspectieven 33
- Communicatie met tentoonstellingsbezoekers 38

DEEL II: GROEPSGEBONDEN WENSEN EN BEHOEFTEN

Onervaren museumpubliek 42

- Belemmeringen voor museumbezoek 42
- Specifieke activiteiten 43

Allochtonen 48

- Belemmeringen voor museumbezoek 48
- Specifieke activiteiten 50

Gezinnen 53

- Museumbezoek met kinderen 53
- Specifieke activiteiten 54

Senioren 58

- Belemmeringen voor museumbezoek 58
- Specifieke activiteiten 59

Leerlingen uit het basisonderwijs 64

- Invulling van onderwijsexcursies 64
- Specifieke activiteiten 66

Leerlingen uit het secundair onderwijs 72

- Invulling van onderwijsexcursies 72
- Specifieke activiteiten 75

Studenten 81

- Belemmeringen voor museumbezoek 81
- Specifieke activiteiten 83

Toeristen 86

- Belemmeringen voor museumbezoek 86
- Specifieke activiteiten 88

DEEL III: CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Inleiding 94

- Algemene conclusies en aanbevelingen 95
- Doelgroepgebonden aanbevelingen 103
- Suggesties voor vervolgonderzoek 112

Literatuur 114

Bijlage: Samenstelling panels 116

Colofon 120

INLEIDING

ONDERZOEKSDOEL EN CENTRAAL GESTELDE DOELGROEPEN

In 2006 vormt het nieuwe ‘Stadsmuseum’ het sluitstuk in de herprofilering van de Bijlokesite tot cultuurcampus. Het streven is dat dit geen oudheidkundig of statisch historisch museum wordt, maar een centrum van actief erfgoedbeleid. De stad vormt het uitgangspunt voor dit museum, zowel in haar actuele, historische als ruimtelijke componenten. Naast de stad Gent, zal ook het begrip stedelijkheid in zijn culturele algemeenheid en mogelijkheden aan bod komen. Het nieuwe stadsmuseum is derhalve een breed maatschappelijk project dat een breed publiek dient te bereiken.

“Geen museaal prestigeproject, geen project door en voor specialisten, maar een actief centrum dat registreert en doorgeeft wat er in de stad en met haar bewoners gebeurde, gebeurt of zal gebeuren” (Gent Cultuurstad vzw 2002). Om tegemoet te komen aan de behoeften van een breed publiek en om in te spelen op het referentiekader van uiteenlopende doelgroepen daarbinnen, krijgt het potentiële publiek een stem bij de planontwikkeling. Om die stem tot uitdrukking te brengen, heeft Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen de wensen en behoeften ten aanzien van het nieuwe stadsmuseum in kaart gebracht. De uitkomsten van dit onderzoek bieden ondersteuning bij verdere invulling van het stadsmuseum en haar activiteitenprogramma. Het doel van het onderzoek is:

- Inzicht krijgen in de belangstelling bij diverse doelgroepen voor de activiteiten van het nieuwe stadsmuseum.
- De voorwaarden in kaart brengen waaraan deze activiteiten dienen te voldoen.

In overleg met Gent Cultuurstad vzw¹ richt de behoeftepeiling zich op de volgende doelgroepen:

Onervaren museumpubliek

In België bezoekt de helft van de bevolking nooit musea (European Commission 2000). Onervaren museumbezoekers vormen daarom een zeer omvangrijke groep met uiteenlopende achtergronden. Aangezien deze groep te heterogeen is om in zijn geheel te kunnen behandelen, spitst dit onderzoek zich toe op een specifiek en beperkt deel van het onervaren publiek. Uit divers onderzoek naar cultuurdeelname is bekend dat met name lager opgeleiden en de lagere inkomensgroepen niet gemakkelijk aan museumbezoek toekomen². Het nieuwe museum zal zich daarom nadrukkelijk op deze specifieke doelgroep richten. Om die reden is begonnen met het inventariseren van behoeften en wensen van mensen met een minimuminkomen of in andere achterstandssituaties.

Allochtonen

In Gent wonen 28.173 mensen die worden gerekend tot etnisch-culturele minderheden³. Het gaat om 12% van de bevolking. Kinderen van buitenlandse origine die in België zijn geboren krijgen de Belgische nationaliteit, waardoor van hen niet meer te achterhalen is wat hun herkomst is. Dit betekent dat het aantal inwoners van buitenlandse origine circa 10% hoger ligt dan de bevolkingsstatistieken weergeven. Bijna een kwart van de Gentse bevolking heeft dus een allochtone herkomst.

De gemiddelde leeftijd van de etnisch-culturele minderheden ligt lager dan bij de autochtone bevolking, waardoor deze groep meer kinderen krijgt en sneller groeit. Daarom zal een steeds groter deel van de Gentse bevolking in de toekomst een andere etnisch-culturele achtergrond hebben. Allochtonen vormen bijgevolg een sterk groeiend publiekspotentieel voor musea, maar zij worden nog nauwelijks bereikt. Uit publieksonderzoek in 25 Vlaamse musea is bekend dat nog geen 1% van het onderzochte publiek tot de etnisch-culturele minderheden behoort⁴. Het nieuwe stadsmuseum wil zich nadrukkelijk op deze groep richten, opdat allochtonen een vanzelfsprekend onderdeel gaan vormen van het publiek.

Bijna de helft van de etnisch-culturele minderheden in Gent komt uit Turkije. Zij vormen veruit de grootste groep binnen de allochtonengemeen-

1. Gent Cultuurstad vzw werd vertegenwoordigd door Christine De Weerdts en Steven Thielemans, coördinatoren van Gent Cultuurstad.

2. Zie Ranshuysen 1999a: Deel II Cultuurdeelname verklaren en beïnvloeden. Hierin zijn de resultaten van divers onderzoek naar cultuurdeelname in Nederland op een rij gezet. De overige verwijzingen naar onderzoek aangaande cultuurdeelname in deze paragraaf refereren aan deze bron.

3. Deze cijfers zijn geleverd door de Stedelijke Integratiedienst van Gent. Etnisch-culturele minderheden zijn personen die afkomstig zijn uit 'arme' niet-Eu-landen, dat wil zeggen dat het gemiddeld bruto nationaal product per inwoner er lager is dan 5.000 dollar.

4. Zie Ranshuysen 2001: Dit rapport doet verslag van publieksonderzoek in 25 Vlaamse musea, die representatief zijn voor het totale Vlaamse museumlandschap. De overige verwijzingen naar onderzoek onder Vlaams museumpubliek refereren aan deze bron.

schap: 12.781 Gentenaren zijn als afkomstig uit Turkije geregistreerd. Om die reden is bij dit onderzoek begonnen met een peiling van wensen en behoeften vanuit de Turkse gemeenschap.

Gezinnen met jonge kinderen

Het nieuwe stadsmuseum dient de jeugd uit Gent en Vlaanderen vertrouwd te maken met de geschiedenis en de huidige situatie van Gent. Bovendien kan dit museum via kinderen ook onervaren museumbezoekers bereiken, want als een museum zich nadrukkelijk richt op de jeugd, zijn ouders die niet gewend zijn om musea te bezoeken geneigd om dit museum toch eens met hun kinderen te gaan bekijken. Kinderen en hun ouders vormen derhalve een belangrijke doelgroep. Uit het Vlaamse museumpublieksonderzoek blijkt dat een vijfde van het museumpubliek kinderen jonger dan 13 jaar meebrengt. Dit varieert echter sterk per museum – van 0% tot en met 64% – en hangt vooral af van de kindvriendelijkheid van het museum. Om de kindvriendelijkheid van het nieuwe stadsmuseum zo veel mogelijk te waarborgen, gaat dit onderzoek in op de wensen en behoeften van jonge gezinnen.

Senioren

Senioren gaan steeds meer domineren binnen het museumpubliek. Zij beschikken over vrije tijd en door het stijgende opleidingspeil en hun toenemende uithuizigheid raken nieuwe generaties ouderen steeds meer geïnteresseerd in museumbezoek. Binnen het onderzochte Vlaamse museumpubliek is 26% ouder dan 55 jaar. In Nederland is het museumpubliek al veel meer vergrijsd: daar behoort zo'n 35% tot de 55-plussers. Senioren vormen dus een kansrijke doelgroep voor het nieuwe museum. Daarbij komt dat dit museum de recente geschiedenis aan de orde zal stellen: dit maakt het nieuwe stadsmuseum extra aantrekkelijk voor hen, aangezien dit hun eigen verleden betreft. Voldoende redenen om bij dit onderzoek ook te focussen op de behoeften en wensen van senioren.

Leerlingen uit het basisonderwijs en het secundair onderwijs

Uit onderzoek in Nederland blijkt telkens weer dat jongeren sterk zijn ondervertegenwoordigd binnen het museumpubliek. Jongeren blijven steeds meer weg uit musea omdat het groeiende aanbod van andere, meer op deze leeftijdsgroep toegesneden vrijetijdsactiviteiten een te grote concurrentie vormt. Uit het onderzoek onder Vlaams museumpubliek blijkt dat er in België veel minder sprake is van deze trend. Hier trekken musea twee keer zo veel jongeren (19% van het museumpubliek is jonger dan 25 jaar) dan in Nederland (9%). In de Vlaamse musea zijn jongeren nog steeds evenredig vertegenwoordigd aan hun aandeel binnen de bevolking. Vlaamse jongeren lijken dus minder gevoelig voor de wegzuigende werking van concurrenten – pretparken, skatebanen en jongerencafés – dan hun Nederlandse leeftijdsgenoten. Toch zullen ook de Vlaamse musea tegenwicht moeten bieden aan het groeiende aanbod van concurrerende vrijetijdsbestedingen. Dit kan door het aanbieden

van educatieprogramma's aan het onderwijs, want daarmee wordt de culturele competentie opgebouwd die nodig is om van museaal aanbod te kunnen genieten. Uit onderzoek onder publiek van diverse Gentse cultuurinstellingen blijkt dat de helft van dit publiek een leerkracht aanduidt als één van de personen die hen stimuleerden om aan cultuur deel te nemen (Roose en Waeghe 2002). Het gaat hierbij zowel om prikkels vanuit het basisonderwijs als vanuit het middelbaar onderwijs. Gent Cultuurstad vzw stelt zich tot doel om zowel de interesse voor het nieuwe stadsmuseum als voor museumbezoek in het algemeen via het onderwijs te stimuleren. Daarom is met dit onderzoek in kaart gebracht hoe het educatief aanbod voor het basisonderwijs en voortgezet onderwijs het beste ingevuld kan worden.

Studenten van hogescholen en de universiteit

Er zijn in totaal zo'n 45.000 studenten ingeschreven aan de Gentse hogescholen en de Gentse Universiteit. Zij vormen dus een omvangrijk publiekspotentieel. Bij deze groep mag op grond van hun hoge opleidingsniveau enige belangstelling voor cultuur verwacht worden. Om die reden worden studenten als een kansrijke doelgroep beschouwd en is gekeken wat hun specifieke wensen en behoeften zijn.

Toeristen

Met het Gravensteen, diverse abdijen en begijnhoven, tientallen kerken en historische gebouwen en talrijke musea, vormt Gent een grote toeristische trekpleister voor binnenlandse en buitenlandse cultuurtoeristen. Het stadsbestuur werkt er hard aan om deze bezienswaardigheden in een juiste setting te plaatsen. Zo zijn de infrastructurele voorzieningen verbeterd en is er een wandelboulevard langs de Leie aangelegd. In 2001 zijn 1.354.500 bezoekers geteld bij de 11 grootste Gentse bezienswaardigheden en musea: dit betekent een stijging van 5% ten opzichte van 1999. Het aantal informatieverzoeken bij de Dienst Toerisme steeg in die tijd met 17%. Naar verwachting zullen deze cijfers alleen maar stijgen (Ruys en Damen 2002). Dagesmensen en verblijfstoeristen vormen daarom een cruciale doelgroep voor het nieuwe stadsmuseum en zijn om die reden ook onderzocht.

GEHANTEERDE ONDERZOEKSMETHODE

Actie-onderzoek

Aangezien de plannen voor het stadsmuseum zich nog in een vroeg stadium bevinden, zijn ze nog weinig concreet. Daarom kunnen er op dit moment louter abstracte vragen gesteld worden aan een potentieel publiek. In de zin

van: "Bent u geïnteresseerd in een nieuw stadsmuseum?" of "Bent u geïnteresseerd in de geschiedenis van Gent?". Deze vragen worden al snel sociaal wenselijk met 'ja' beantwoord, hetgeen weinig handvatten biedt voor de concrete invulling van het stadsmuseum en haar programma. In plaats van zo'n algemene behoeftepeiling – die doorgaans vooral een legitimerende functie heeft – is gekozen voor een geheel andere aanpak, namelijk die van een actie-onderzoek. Deze vorm van onderzoek richt zich niet alleen op het ontdekken van feiten en verbanden, maar ook op het zoeken naar de meest optimale invulling van de plannen. Er is informatie vergaard via panels die zijn samengesteld uit vertegenwoordigers van de genoemde doelgroepen. Aan deze panels is zo concreet mogelijk voorgelegd hoe het nieuwe stadsmuseum ingevuld zou kunnen worden. Hierop reageerden de panelleden met hun eigen ideeën. Op grond van de onderzoeksuitkomsten kunnen plannen meer gedetailleerd en concreet worden uitgewerkt. Voordelen van deze werkwijze zijn:

- Tijdens het onderzoek kan al gebruik worden gemaakt van de uitkomsten.
- Door de actieve rol van Gent Cultuurstad vzw bij het onderzoeksproces worden de kennis en inzichten die reeds bij deze organisatie aanwezig zijn optimaal benut.
- Door deze betrokkenheid bij het onderzoeksproces wordt Gent Cultuurstad vzw gestimuleerd tot precisering van en vasthouden aan de oorspronkelijke doelstellingen van het projectplan.
- Door de betrokkenheid van vertegenwoordigers van doelgroepen vindt er reeds voorlichting over en promotie van het nieuwe stadsmuseum plaats.
- De middels het onderzoek verworven kennis en inzichten worden direct vanuit de praktijk gevoed. Dit voorkomt dat er onrealistische plannen worden gemaakt en het optimaliseert de bruikbaarheid van de uit het onderzoek voortkomende aanbevelingen.

Kwalitatief onderzoek

Dit onderzoek behelst een kwalitatieve onderzoeksmethode. Bij kwalitatief onderzoek staat het perspectief van de te onderzoeken groep centraal. Door de open benadering kunnen er onvermoede dimensies worden opgespoord van de motivatie en beleving van de onderzoeksgroep. Er is aandacht voor het gedrag, de denkbeelden, de emoties, de motieven en de specifieke context van de doelgroepen. Omdat er ruimte is voor nieuwe inzichten, wordt er meer recht gedaan aan complexe sociale processen dan bij kwantitatief onderzoek zoals een enquête. Bovendien biedt een beschrijving van gedrag meer houvast voor vertaling naar concrete beleidsaanbevelingen dan een opsomming van kwantitatieve uitkomsten. Er is dus geen representatieve steekproef getrokken uit de centraal gestelde doelgroepen om zo te achterhalen wat de behoeften en het referentiekader zijn van de gemiddelde vertegenwoordiger van die groepen. In plaats daarvan is door met minder mensen meer uitgebreid te spreken over mogelijke activiteiten van het nieuwe

stadsmuseum, gezocht naar een diepgaander beeld van de wijze waarop diverse doelgroepen het stadsmuseum kunnen beleven.

De gehanteerde onderzoeksmethode is de groepsdiscussie. Het voordeel van deze methode boven individuele interviews is dat er interactie plaatsvindt tussen de deelnemers: zij wegen eigen denkbeelden af tegen die van anderen of borduren voort op wat een ander zegt. Hierdoor komt er meer informatie boven water dan bij 'face-to-face' gesprekken. Bovendien is er een corrigerende factor: opvattingen worden ter discussie gesteld en zo van hun al te individuele invalshoeken ontdaan. De groepsdiscussies zijn geleid op basis van gedetailleerde gespreksprotocollen, die in samenspraak met Gent Cultuurstad vzw tot stand kwamen. De discussies zijn nauwgezet genoteerd door Patrick De Rynck, Wout De Vuyst en Geertrui Ivens⁵. Een deel van de vragen werd gesteld in de vorm van vraagrondes, waarbij elke deelnemer een gelijke kans kreeg te reageren. Daarnaast zijn op meer indirecte wijze opvattingen achterhaald door te vragen naar 'top-of-mind-associaties'. Er is expliciet gevraagd om altijd de achterban die de panelleden vertegenwoordigen voor ogen te houden: het ging er dus niet om wat zij zelf wilden, maar hoe een stadsmuseum eruit zou moeten zien om de diverse doelgroepen te bekoren.

De panels

De acht centraal gestelde doelgroepen zijn door de volgende intermediairs vertegenwoordigd:

- **ONERVAREN MUSEUMPUBLIEK:** door mensen die werkzaam zijn bij organisaties die zich richten op het bevorderen van de cultuurparticipatie van kansarmen.
- **ALLOCHTONEN:** door vertegenwoordigers van met name Turkse organisaties en personen die taalles verzorgen voor allochtonen.
- **JONGE GEZINNEN:** door ouders van jonge kinderen die in hun werk reeds bezig zijn met het vraagstuk hoe je cultuurinstellingen aantrekkelijk kan maken voor kinderen. Zij konden dus zowel als ouder als vanuit hun professionele deskundigheid meepraten.
- **SENIOREN:** door personen die actief zijn binnen seniorenverenigingen, met name met het organiseren van culturele activiteiten.
- **LEERLINGEN UIT HET BASISONDERWIJS:** door onderwijzers uit het basisonderwijs, waarbij het ging om zeer ervaren leerkrachten die zowel in de onderbouw als in de bovenbouw les hebben gegeven en ook ervaring hebben met het organiseren van schoolexcursies.
- **LEERLINGEN UIT HET SECUNDAIR ONDERWIJS:** door geschiedenisleraren uit het secundair onderwijs, omdat excursies naar het nieuwe stadsmuseum vooral plaats kunnen vinden in het kader van het vak geschiedenis.
- **STUDENTEN:** door afgevaardigden van de cultuurdiensten van hoge-

5. Er is bewust gekozen voor Vlaamse notulisten in plaats van een Nederlandse medewerker van Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen, aangezien de laatste minder vertrouwd is met specifieke Vlaamse begrippen en de Gentse context dan de genoemde notulisten.

scholen en van de universiteit en van studentenorganisaties die zich met cultuur bezighouden.

- **TOERISTEN:** door mensen die actief zijn bij gidsenorganisaties, toeristische diensten, lokaal en regionaal, en 'incoming agencies'.

In totaal namen 48 mensen deel aan de panelgesprekken. Het aantal deelnemers per panel varieerde sterk: van 3 tot en met 10. Bij de groepsdiscussies met leerkrachten uit het basisonderwijs, allochtonen en ouders van jonge kinderen haakten een deel van de genodigden op het laatste moment af, wat hoogstwaarschijnlijk een gevolg was van de data waarop deze bijeenkomsten waren gepland: die vielen in de week van het Sinterklaasfeest en de Ramadan. Toch is er ook binnen deze kleinere groepen intensief gediscussieerd, waardoor ook deze bijeenkomsten waardevolle informatie opleverden. In Bijlage 1 is meer achtergrondinformatie over de diverse panelleden te vinden.

OPBOUW RAPPORT EN CENTRALE ONDERZOEKSVRAGEN

Het eerste deel van dit rapport gaat in op een aantal onderwerpen die voor alle acht centraal gestelde doelgroepen van belang zijn.

In het eerste hoofdstuk worden de volgende onderzoeksvragen beantwoord:

- Wat verstaat men onder actief erfgoedbeleid?
- Hoe moet het nieuwe museum ingevuld worden?
- Wat zijn aansprekende voorbeelden uit de museumwereld?
- In hoeverre dient het museum ondersteuning te bieden bij de rondgang?
- Wat is een goede naam voor het nieuwe museum?
- Hoe staat men tegenover een Stadsmuseumwebsite?

Het tweede hoofdstuk beantwoordt de volgende onderzoeksvragen:

- Welke invalshoeken acht men adequaat?
- Welke associaties heeft men bij de reeds ontwikkelde centrale invalshoeken?
- Welke onderwerpen dienen zeker aan bod te komen in het nieuwe museum?
- Hoe kan een tentoonstellingsbezoek het beste worden begeleid?

Het tweede deel van het rapport gaat in op doelgroepgebonden onderwerpen. Hiervoor zijn aan elk panel vragen gesteld die zijn toegesneden op de

doelgroep die het vertegenwoordigt. In dit tweede deel wordt ingegaan op de houding ten aanzien van museumbezoek bij de diverse doelgroepen en op de activiteiten die Gent Cultuurstad vzw speciaal voor deze doelgroepen zou kunnen realiseren.

In het derde en laatste deel worden de onderzoeksuitkomsten bondig samengevat in conclusies en concrete aanbevelingen. Degenen die zich de inhoud van dit rapport snel eigen willen maken, kunnen hiermee beginnen.

DEEL I

Invulling van het museum

HET MUSEUM

ACTIEF ERFGOEDBELEID

Interpretatie

Het nieuwe stadsmuseum van Gent dient een centrum te worden voor 'actief erfgoedbeleid'. De panelleden is gevraagd spontaan op te schrijven wat zij onder actief erfgoedbeleid verstaan. Een groot deel van hen kan niet echt uit de voeten met dit begrip en heeft er geen enkele associatie bij. "Het is een groot woord, dat veel of weinig inhoudt en waar men alle kanten mee uit kan." De overigen hebben wel een beeld van actief erfgoedbeleid, maar dit loopt sterk uiteen. Enkele panelleden hebben, ondanks de toevoeging 'actief', een vrij statisch beeld. Ze geven aan:

- Het onderhouden en beschermen van erfgoed.
- Beleid ontwikkelen op dit gebied.
- Behoud gebouwen (onderhoud, restauratie), cultuur stimuleren.
- Musea en monumentenzorg, tijdelijke tentoonstellingen.
- Getuigenissen van het verleden bewaren en presenteren in de beste omstandigheden.

De meeste andere panelleden borduren echter wel voort op de actieve dimensie:

- Actief erfgoedbeleid is gericht op heropwaardering en profilering van de stad.
- Renovatie van gebouwen, toegankelijkheid creëren en internationale bekendheid verwerven.
- Nieuwe invalshoeken in bestaande collecties.
- Continu herinterpreteren.
- Het actualiseren van archieven.
- Het openstellen van het patrimonium voor alle soorten happenings en veel promotie maken daarvoor: commerciële uitbating met zorg voor het gebouw.

Samenwerking

Sommigen denken bij de actieve dimensie aan samenwerking met andere organisaties:

- Samenwerking op gebied van roerend en onroerend goed, proactief en gericht op de lange termijn.
 - Uniformiseren: 'mensen die met erfgoed werken (bijvoorbeeld de stadsgidsen) weten niet van elkaar wat ze doen'.
 - Samenwerking met Stadsarchief en Dienst Stadsarcheologie is nodig.
- Die samenwerking dient dan wel gebaseerd te zijn op gelijkwaardigheid:
- Het nieuwe stadsmuseum moet geen octopus zijn die haar tentakels dwingend over de stad uitstrekt, maar een actief onderdeel vormen van een veel breder en actief betrokken netwerk.
 - Het museum steekt er geld in en personeel en werkt als een 'energiepunt': het initieert tentoonstellingen en aanvullende activiteiten die ook buiten de muren van het museum gerealiseerd worden.
 - Het bedrijf is de gehele stedelijke cultuur, het museum vormt het secretariaat van dit bedrijf.

Deze ideeën sluiten naadloos aan op het Actieplan Synergie 2000 (Stad Gent 1997). Hierin wordt het nieuwe stadsmuseum als 'moedermuseum' voorgesteld, waaruit in samenwerking met andere musea en monumentenzorg een netwerk wordt gevormd dat de gemeenschappelijke expertise uitbouwt en de samenwerking langzaam verbreedt naar niet-museale diensten. Bij die samenwerking zal veel aandacht uitgaan naar ontsluitingsstrategieën. Het ontsluiten van erfgoed is voor veel panelleden een belangrijke dimensie van actief erfgoedbeleid:

- Het laten kennen van het ongelooflijk rijke cultureel patrimonium.
- Doel: beleving van het verleden door de toeschouwers.
- Dat men op een aangename en 'actieve' manier kennismaakt met de verschillende aspecten van de geschiedenis en cultuur.

Men geeft soms expliciet aan dat het erfgoed dan wel voor een 'groot en breed publiek' ontsloten moet worden. Bij de overdracht van informatie dient daarom aandacht te zijn voor het referentiekader van mensen die weinig historische kennis hebben:

- Volks, laagdrempelig over 'onze' cultuur (gewoonten en geschiedenis).
- Het erfgoed op een bevattelijke manier naar de bezoeker brengen.
- Aandacht voor orale geschiedenis.

Om een breed publiek te bereiken moet het erfgoedbeleid zich niet beperken tot louter conserveren, maar "een dialoog aangaan met het publiek":

- De burger mede verantwoordelijk maken en betrekken bij het erfgoedbeleid.
- Publieksparticipatie mogelijk maken.
- Iets waar de gemeenschap zelf vorm kan aan geven. De mogelijkheid om iedereen cultuur te laten opbouwen.

Levendige presentaties

Men meent dan ook dat actief erfgoedbeleid gepaard gaat met aandacht voor levendige, originele, interactieve presentaties. Iemand illustreert dit met: “Een ganse periode evoceren (de ambachten, de kunsten, enzovoort) op basis van een historisch element dat sterk aanspreekt en manifest aanwezig is, conform In Flanders Fields”⁶. Met name de geschiedenisleraren geven aan dat bij actief erfgoedbeleid erfgoed als levendige bron voor informatie-overdracht wordt benut. Zo stelt één van hen: “We moeten de historische overblijfselen (sporen van onze voorouders) bewaren en bekend maken aan oud en jong. Op een zinvolle manier: Hoe leefde men vroeger? Kunnen we daar vandaag nog iets van leren? Hoe komt het dat wij zo zijn?” Sommige leraren hebben ook duidelijke opvattingen over de wijze waarop het erfgoed ontsloten zou kunnen worden:

- Het erfgoed moet duidelijk opgeroepen worden door typische voorwerpen en situaties.
- Via sporen uit het verleden op zoek gaan naar het menselijk handelen in bepaalde perioden. De leerlingen ontdekken dan zelf het verleden en worden geprikkeld om verder te zoeken.

Enkelens noemen daarbij mogelijke aandachtsgebieden:

- 19de-eeuwse industrie, fabrieken, industriële archeologie en Kuip van Gent.
- Historische figuren.
- Zowel architectuur als historische voorwerpen.

HET IDEALE STADSMUSEUM

De omgeving van het museum

In de discussie over ‘het ideale nieuwe stadsmuseum’ komt naar voren dat de inrichting van de directe omgeving van dit museum ook de nodige aandacht behoeft. Zo meent iemand dat de Leie bij het nieuwe museum betrokken moet worden. Met name de vertegenwoordigers uit de toeristische sector geven aan dat een boottocht van museum naar centrum ideaal zou zijn. In het tweede deel wordt dit nader uitgewerkt. Daarnaast is gesuggereerd dat er een plein moet komen bij het nieuwe museum “zodat er buiten een rustige plek is”. Anderen wensen de aanwezigheid van een park. “Je zou er een parkachtige ontmoetingsplek van kunnen maken, met terrassen. Zo is de Graslei ook zeer populair geworden sinds de heraanleg.” Gezien de pick-

6. Deze persoon noemt later ook het museum VASA te Stockholm als goed voorbeeld van ‘actief erfgoedbeleid’: in dit museum staat een in 1628 gezonken oorlogsschip centraal (zie pagina 23).

nick-traditie binnen veel allochtone groepen, zal zo’n omgeving – waarin men op het gras kan plaats nemen – zeker ook bij deze doelgroep in de smaak vallen. Deze wensen ten aanzien van de omgeving van het museum stemmen sterk overeen met het uitgangspunt van de werkgroep Stadsmuseum, namelijk dat de site zich zou kunnen herprofilen tot een combinatie van cultuursite, park en campus (Werkgroep Stadsmuseum 2002). Opgemerkt is dat als er op de site aantrekkelijke tuinen en binnenplaatsen worden ingericht, die dan ook wel optimaal gebruikt moeten worden door er regelmatig buitenactiviteiten te programmeren. Belangrijk is ook dat het museumpubliek daar naar toe wordt verwezen door middel van heldere signalisatie.

De decentrale ligging van de Bijlokesite vormt volgens velen een probleem. Het openbaar vervoer is niet toereikend: er zullen speciale haltes moeten worden ingelast. Ook gebrek aan parkeerterrein vormt een obstakel. Sinds kort zijn er parkeermeters geplaatst aan de laan voor het museum en de grote parkings op het Sint-Pietersplein en aan de Decascoop liggen volgens de geraadpleegden te ver weg. Hier dienen oplossingen voor worden gezocht.

De architectuur

Als het over de inrichting van het museum zelf gaat, pleiten sommige panelleden ervoor om het huidige museum te behouden zoals die is, want “het huidige gebouw is geschikt” en “de sfeer van het Bijlokemuseum moet blijven”. De meesten voelen echter voor een combinatie van de bestaande historische gebouwen op de Bijlokesite – “respecteer de oude gebouwen” – met nieuwe aanvullingen. Hierbij wordt verwezen naar de samenvoeging van oudbouw en nieuwbouw in de stedelijke concertzaal op de Bijlokesite en in het Designmuseum. Er is gesteld dat bij zo’n combinatie wel duidelijk onderscheid gemaakt moet worden tussen het oude gebouw en de nieuwe inbreng: “zoals in het MIAT”. Sommigen pleiten voor een combinatie van historische architectuur met veel glas, omdat dit laatste voor ‘openheid’ staat. Die link tussen moderne architectuur en openheid wordt ook gemaakt door degenen die de voorkeur geven aan een geheel moderne invulling van het nieuwe stadsmuseum. Zij pleiten voor een overzichtelijk en minimalistisch gebouw met veel ruimte en licht, zodat iedereen van buitenaf ziet wat er binnen te beleven valt en op die manier geprikkeld wordt om het gebouw te betreden. Het mag allemaal niet ‘te bombastisch’ zijn, waarschuwt iemand, want: “Daar houden Gentenaars niet van”⁷. Een spannende en geheimzinnige sfeer in het gebouw maken het museum aantrekkelijk, voor een breed publiek. Er kan bijvoorbeeld worden gedacht aan een: “labyrintisch parkoers”. “Het gebouw dient wel zodanig ingericht te worden dat je nooit langs dezelfde weg hoeft terug te keren, want het is vervelend als je eerst weer door allerlei zalen moet waar je al bent geweest. Het is erg prettig als het museum dusdanig is ontworpen dat je altijd snel de uitgang kan vinden.”

7. Door de panels is regelmatig gesteld dat een aversie tegen dikdoenerij een typisch Gentse karakteristiek is.

Naar aanleiding van de discussie over de architectuur is opgemerkt: “De algemene sfeer en wat er in het gebouw komt, zijn belangrijker dan het gebouw zelf”. Het is belangrijk dat kinderen, maar ook senioren zich welkom voelen in het museum. De specifieke voorwaarden die daarbij zijn gesteld, komen in het tweede deel van dit verslag aan de orde.

Opvang van groepen

De vertegenwoordigers van de toeristische sector en de onderwijsgevendenden pleiten met klem voor voldoende loopruimte om groepen rond te leiden. Deze panelleden vinden ook dat het museum beslist niet meer groepen dient toe te laten dan haalbaar is, zodat groepen elkaar niet in de weg lopen.

Iemand vraagt zich af of er in Gent al niet een voldoende groot aanbod voor groepen is. “Waarom moet dit museum ook nog eens groepsgericht zijn?” Men wijst er op dat opstellingen die een grote concentratie vereisen niet geschikt zijn voor groepsexcursies en plaatsing in grote zalen. Gezien de grote belangstelling voor rondleidingen die in vrijwel alle panels naar voren is gebracht, lijkt het toch belangrijk dat het museum inspeelt op groepsbezoek. Opnieuw wordt een oplossing gezocht in een combinatie. “Combineer intieme ruimtes met kleine objecten geschikt voor een individueel bezoek, eventueel met een audiogids, met zalen die veel ruimer zijn opgezet en geschikt zijn voor groepsbezoek onder leiding van een gids.” Dan is het heel goed mogelijk om groepen eerst in zijn geheel te onthalen en rond te leiden om de deelnemers vervolgens de gelegenheid te geven om een individuele rondgang te maken: “zoals gebeurde bij de tentoonstelling ‘Vlamingen op de Titanic’ in de Sint-Pietersabdij”. Voor de opvang van groepsbezoek is het van belang dat er een grote entreeruimte is. Bij de grote zalen is een goede akoestiek van belang: een groep moet de gids goed kunnen horen, maar het geluid dient niet te ver te klinken zodat anderen daar geen last van hebben.

Multifunctionaliteit

Er wordt regelmatig gepleit voor een multifunctionele invulling van het museum, men zegt bijvoorbeeld:

- Het nieuwe stadsmuseum moet meer zijn dan enkel een museum. Het moet een mooie eerste stap zijn waaruit andere dingen kunnen gebeuren, een introductie tot het Gentse culturele leven.
- Een museum is te vrijblijvend, te nietszeggend. Het moet een eigen plek worden voor de jongeren.
- Verschillende functies kunnen gecombineerd worden met andere activiteiten, zodat onverwachte invalshoeken worden gecreëerd. Het museum kan een trefpunt worden voor diverse groepen, bijvoorbeeld door vergader ruimten ter beschikking te stellen. Dan wordt het ook een plek voor de meer kansarme Gentenaars.
- Er kunnen zelforganisaties, studentenorganisatie en culturele organisaties geherbergd worden.
- Iedereen moet er wel eens komen voor ’t een of ’t ander: alle soorten

groeperingen en verenigingen moeten er voor iets zinnigs naar toe te roepen zijn.

- Men kan er diploma-uitreikingen organiseren, waardoor veel studenten en hun families en vrienden er ook eens een keer komen.

In het verlengde van het multifunctionele gebruik van het museum wordt gepleit voor “vlotte openingsuren”, dat wil zeggen ook in de avonden en soms ook ’s nachts, eventueel gekoppeld aan een concert of een podiumkunstvoorstelling.

De vertegenwoordigers van de toeristische sector achten het van belang dat er niet alleen aandacht is voor museale functies, maar ook voor recreatieve en commerciële mogelijkheden (horeca, shop met streekproducten en souvenirs en kinderspeelhoek). Hier sluiten de geraadpleegde ouders zich bij aan: “Leuke cafetaria zijn belangrijk met een koesterende sfeer, want iets gaan drinken na een museumbezoek is een soort beloning voor kinderen, daarbij dient er ook de mogelijkheid om iets te eten te zijn”. Een aansprekend voorbeeld van zo’n ‘totaalconcept’ biedt Insel Hombroich in Duitsland: “Daar betaalden bezoekers een vaste entreprijs, waarin consumpties waren inbegrepen, bijvoorbeeld een echt Duits ontbijt. Verder waren er: een groot natuurgebied met losse paviljoenen, een doolhof, een kunstenaarsatelier en diverse expositieruimtes”.

Publiekswerking

Veel wensen ten aanzien van het nieuwe museum betreffen de vereiste laagdrempeligheid. Men spreekt over een open, uitnodigende, aantrekkelijke, gezellige of vriendelijke sfeer, gemakkelijk toegankelijk met de mogelijkheid om er snel doorheen te lopen. De geraadpleegde panelleden hechten er voorts veel belang aan dat er aansprekende thema's aan bod komen in het museum. Die komen in het volgende hoofdstuk aan de orde. De meer op specifieke doelgroepen gerichte marketingactiviteiten komen in het tweede deel aan de orde.

De voorgaande voorstellen voor een multifunctioneel gebruik zijn nadrukkelijk bedoeld om het nieuwe stadsmuseum interessant te maken voor mensen die doorgaans geen musea bezoeken. De verwachting is dat door al die verschillende activiteiten zeer uiteenlopende groepen worden aangetrokken. Maar het museum kan ook naar buiten treden. “Het museum moet dynamiek brengen in de stad: aanwezig zijn in het straatbeeld”. Dit kan bijvoorbeeld door tentoonstellingen over de stad in bibliotheken of met door het stadsmuseum ingerichte vitrines op markante plekken in Gent. Iemand anders oppert zelfs dat er meerdere stadsmusea verspreid over de stad generaliseerd kunnen worden. Dit vergroot niet alleen de kans dat het grote publiek met tentoonstellingen van het stadsmuseum in aanraking komt, maar voorkomt ook dat de identiteit van één stadsmuseum op de Bijlokesite versnipperd raakt, omdat er te veel verschillende dingen gebeuren en op te veel uiteenlopende doelgroepen wordt gemikt. Het idee dat het museum in de gehele stad aanwezig is sluit aan op het Open Museum-concept van de Glasgow Museums (zie Adriaenssens, Capenberghs en De Rynck 1998).

Koppeling heden, verleden en toekomst

Degenen die voor een moderne architectuur pleiten, geven hierbij aan dat dit staat voor dynamisch en hedendaags, hetgeen past in het concept van actief erfgoedbeleid. Het is opvallend hoe vaak de geraadpleegden aangeven dat het nieuwe stadsmuseum het verleden aan het heden dient te koppelen. De actualiteit kan aan bod komen door bijvoorbeeld stadsvernieuwing en stedelijke problemen te behandelen. Ontwikkelingen vanaf de prehistorie tot en met het heden dienen behandeld te worden vanuit uiteenlopende invalshoeken (economisch, sociaal, cultureel, politiek, demografisch, stedenbouwkundig). Een historisch vergelijkend perspectief acht men een interessante optie, bijvoorbeeld door reconstructies van interieurs. Ook is verwezen naar de tentoonstelling 'De beurs van Judocus Vijdt' die in 1998 in een samenwerkingsverband tussen Gentse musea tot stand kwam. Onder de noemer 'geld en macht' confronteerde tentoonstellingsmaker Jan Hoet uiteenlopende zaken uit het Gentse patrimonium die voorheen nooit met elkaar in verband waren gebracht. "Op die manier werken, met confrontaties tussen 'oud en nieuw' en 'kunst en nijverheid' toont dat Gent een historische en eigentijdse stad is, vol contrasten." Uit een prétest van een stadshistorische opstelling in een Nederlands museum bleek dat de invalshoek 'heden versus verleden' zeer goed aansloeg, zowel bij de toen geraadpleegde jongeren en senioren als bij de tevens ondervraagde leraren uit het secundair onderwijs. Ook hier had men een grote voorkeur voor heldere contrasten tussen heden en verleden: dat spreekt aan en leidt tot nieuwe inzichten (Ranshuysen 2000a). Bovendien trekt een confronterende opzet twee uiteenlopende publieksgroepen, te weten het op de eigen regionale geschiedenis gerichte publiek en de kunstminnende kosmopoliet. Het is mogelijk dat de eerste groep na een bezoek aan zo'n contrasterende tentoonstelling meer open gaat staan voor schone en actuele kunsten, terwijl bij de tweede groep interesse voor de lokale geschiedenis opgewekt kan worden (Gielen 2000).

De panelleden menen dat ook de toekomst meegenomen moet worden, bijvoorbeeld in de vorm van het tonen van langetermijnplannen en toekomstvisies. Dit wordt aangegeven met opmerkingen zoals: "Stel de geschiedenis van de toekomst aan de orde" en "De geschiedenis van de stad moet de parameters leveren voor de studie van de eigen stad of wijk". Het museum zou een bijdrage kunnen leveren aan het denken over oplossingen voor problemen op gebied van ruimtelijke ordening. Een inspirerend voorbeeld van hoe een museum zich in het openbare debat over stedenbouwkundige zaken kan mengen, biedt het project 'Van de straat' dat in 1998 in Leiden plaatsvond. In het kader van dit project liet een kunstenaar zich twee maanden lang door tientallen bewoners rondleiden door twee zeer uiteenlopende wijken, de oude historische binnenstad en een nieuwbouwwijk. Op basis van met dit 'veldwerk' verzameld materiaal (tekeningen, videofilmpljes en geluidsoptnamen) ontwikkelde hij een interactief computerprogramma. Er was tevens een gastenboek, waarin het publiek aantekeningen kon maken om die toe te voegen aan een archief. Op die manier ontstond een gedetailleerd beeld van de knelpunten in de centraal gestelde wijken en gaf het pro-

ject aanleiding voor wijkchefs om met de bewoners te overleggen over verbeteringen in de wijk (Ranshuysen 1999b).

VOORBEELDMUSEA

In Flanders Field

Aan de panels is gevraagd wat men vond van In Flanders Fields dat bij velen bekend is en waar dan ook soms al spontaan naar verwezen werd. In In Flanders Fields, worden verhalen verteld over mensen die de Eerste Wereldoorlog meemaakten vanuit hun individuele standpunt. De bezoeker wordt uitgenodigd om in de huid van zo'n persoon uit het verleden te kruipen. Die inlevingsmethoden spreken de meeste panelleden aan, omdat de bezoeker hierdoor sterk betrokken raakt. Het kruipen in de huid van een personage geeft aanleiding tot napraten over de levensloop van die persoon. Men stelt echter ook vast dat zulke inlevingsmethoden niet voor elk thema geschikt zijn. Het werkt bijvoorbeeld goed bij onderwerpen als apartheid, de jodenvervolging of de Eerste Wereldoorlog, maar voor de thema's die het stadsmuseum wil gaan behandelen is het wellicht minder geschikt.

Sommigen menen dat er sprake is van te veel prikkels in In Flanders Fields: er komt te veel op de bezoekers af en het is er te onrustig. Dat komt overigens ook doordat de capaciteit van dit museum niet is berekend op de grote omvang van het publiek dat wordt getrokken. Het is met name voor kinderen en jongeren van groot belang dat ze 'fysiek kunnen zappen': ze moeten vrij kunnen bewegen en heen en weer kunnen lopen. Men verschilt van mening of In Flanders Fields geschikt is voor schoolbezoek, omdat de nadruk daar sterk ligt op individuele beleving. Sommige docenten gaan er om die reden niet met de klas naartoe. Anderen wel, maar dan verloopt het bezoek inderdaad individueel, aan de hand van opdrachten. De geraadpleegde gidsen achten de keuze van In Flanders Fields om zich niet op groepsbezoek te richten betwistbaar, aangezien museumbezoek doorgaans een sterk sociaal karakter heeft.

Andere voorbeeldmusea

In de groepsdiscussies is tevens gevraagd of men andere musea kent die als voorbeeld zouden kunnen dienen bij de invulling van tentoonstellingen in het nieuwe stadsmuseum. Men kwam met de volgende voorbeelden.

Het Vasa Museum in Stockholm

Dit museum ligt in de lijn van In Flanders Fields. Het is opgebouwd rond een oorlogsschip dat kort na de bouw in 1628 gezonken is. Zowel de lich-

ting van het schip in 1961, als de bouw ervan worden uitgebreid belicht. Ook wordt uitgebreid ingegaan op de historische context. Het geheel is zeer visueel aantrekkelijk uitgewerkt: men volgt een circuit dat rond de boot loopt naar een climax toe, het bovenaanzicht, wat een onwaarschijnlijke ervaring oplevert. Dit museum is evocatief en zeer gestructureerd. Het zou mooi zijn als het nieuwe stadsmuseum ook zo'n spectaculair ankerpunt als troef kon inzetten.

Het Wereldmuseum te Rotterdam

Dit omvat een permanent deel, een semi-permanent deel en een deel voor kinderen. Die verschillende onderdelen hebben elk een andere sfeer. Desondanks vormt het toch één geheel. Het museum is leuk voor volwassenen en kinderen: het biedt voor elk wat wils. Dit zou het nieuwe stadsmuseum ook kunnen nastreven.

Het Design museum Gent

Dit museum kent een goede publiekswerking: er is veel aandacht voor scholieren en kinderen, het personeel is zeer vriendelijk en ze werken 'à la carte' voor groepen door in te gaan op hun specifieke wensen. Aan deze werkwijze kan het nieuwe stadsmuseum een voorbeeld nemen.

Het Groninger museum

Dit is een zeer mooi museum door de bijzondere vormgeving en de ligging aan het water met een café met terras maakt het nog aantrekkelijker. Dit laatste is wellicht ook bij het nieuwe stadsmuseum te realiseren.

Het Centre Pompidou

Dit is meer supermarkt: je kunt er in korte tijd honderden kunstwerken bekijken. Bovendien is er het levendige voorplein waar altijd van alles te beleven is (straattheater). Die combinatie is aantrekkelijk voor 'doorsneepubliek'.

Het Palais de Tokyo te Parijs

Dit is een aantrekkelijk museum voor studenten. Het heeft iets "organisch, dynamisch, associatief, ongedwongens en bruisends", en sluit aan op het ritme van deze tijd.

Gravensteen

Dit museum is meerdere keren naar voren gebracht vanwege de unieke sfeer die juist aansluit op het ritme van het verleden. En: "Je loopt er snel door maar men ziet toch steeds nieuwe dingen. Misschien spreekt het toeristen wel meer aan dan Gentenaars, want die laatsten komen er alleen voor speciale evenementen."

Naar aanleiding van de genoemde voorbeelden ontpint zich een discussie over 'ritmes' van musea en het tentoonstellingstempo. Sommigen vinden bijvoorbeeld dat het Design museum Gent "te hip" is geworden. Het nadeel van de snelle tentoonstellingswisselingen aldaar is dat je veel mist: "Je moet er altijd op tijd bij zijn, waardoor het een plek voor de 'happy few' wordt." Daar wordt tegenin gebracht dat het tempo van vandaag nu eenmaal snel is: "Je keert pas terug naar een museum als er iets nieuw is, niet als het altijd dezelfde permanente opstelling is." Uit onderzoek is gebleken dat dit laatste

met name voor een ervaren museumpubliek geldt: mensen die zelden een museum bezoeken, richten zich niet op wisselende tentoonstellingen – ze weten zelfs vaak niet eens dat die er zijn – maar komen op de gehele entourage af (Ranshuysen 1991a).

BEGELEIDING BIJ MUSEUMBEZOEK

Parkoersen

In de groepsdiscussies is gevraagd hoe men staat tegenover het idee dat er verschillende parkoersen worden ontwikkeld die bepaalde typen bezoekers door het museum leiden. Daarover liepen de meningen aanvankelijk sterk uiteen. Sommigen waren hier sterk tegen gekant omdat dit een "kinderachtige aanpak en betuttelend" is of omdat "de bezoekers op die manier verrassingen worden onthouden". Anderen stonden echter wel positief tegenover dit idee en brachten in:

- Een uitgestippeld parkoers in het museum is belangrijk, omdat de tijd beperkt is. Zo'n parkoers biedt houvast zodat men in ieder geval de belangrijkste zaken kan zien.
- Zo'n parkoers kan een meerwaarde bieden doordat het de aandacht richt op bepaalde essentiële punten in de stad.
- Het is goed om op die manier een aantal interessante objecten eruit te lichten en uit te diepen. Het kan aansluitingspunten bieden voor verdere ontdekking.

Voor bepaalde publieksgroepen kan een uitgestippelde route dus zeker een meerwaarde bieden, maar andere typen bezoekers willen daar niets van weten. Het is daarom een goede zaak om parkoersen te ontwikkelen, zolang die niet worden opgedrongen. Het nieuwe museum zou een elementair deel kunnen bevatten dat door iedereen bezocht wordt en dat tevens het startpunt vormt voor uiteenlopende routes. Belangrijk is dat het binnenkomende publiek bij de entree goed wordt voorgelicht over de mogelijkheden die de parkoersen bieden. Een parkoers kan worden gevolgd aan de hand van pictogrammen of andere vormen van goed zichtbare bewegwijzering, maar ook aan de hand van een audioguide, interactieve multimediale presentaties of een gepersonaliseerde routebeschrijving, die eventueel zelf op een computer bij de entree kan worden samengesteld. De opmaak van zaalteksten biedt ook de mogelijkheid om bezoekers te begeleiden. Men kan zich dan concentreren op een bepaald type tekst, dat bij een specifiek parkoers hoort en herkenbaar is door opmaak en kleurstelling. Als bijkomend voordeel van het aanbod van diverse parkoersen zien de panelleden dat het stimuleert om terug te keren: "dan kan je de volgende keer een andere route volgen".

De parkoersen dienen niet te dwangmatig te zijn: publiek dient niet te veel bij het handje te worden genomen, want er moet ook nog iets te ontdekken zijn. “Het museum mag zeker geen muren bouwen en hokjes creëren, maar het kan binnen de geboden vrijheid wel klemtonen leggen”. Er dient bij het afleggen van zo'n parkoers altijd voldoende ruimte te zijn voor onderlinge dialoog, omdat juist die gezamenlijke reflectie een museumbezoek kan verdiepen.

Er zijn diverse suggesties gedaan voor de invulling van parkoersen⁸:

- VOOR TOERISTEN: Een quicktour langs ‘verplichte highlights’. Dat is, zeker wanneer het museumbezoek een kennismaking met de stad inhoudt, een zeer goed instrument.
- VOOR SENIOREN: Een nostalgische tour langs het recente verleden. Ouderen hebben wat meer behoefte aan ondersteuning en begeleiding en bovendien is een voorselectie ook prettig voor minder mobiele mensen.
- VOOR ALLOCHTONEN: Een stadsintroductietour, waarmee je laat zien: ‘dit is nu Gent’.
- VOOR STUDENTEN: Een route met als thema ‘Gent studentenstad’.
- VOOR ONERVAREN MUSEUMBEZOEKERS: Een route met als onderwerp ‘het dagelijks leven vroeger in Gent’.
- VOOR HET TOTALE PUBLIEK: Routes die inspelen op kenmerken zoals: leeftijd, gewenste tijdsduur van het bezoek, “alfa- of bètamensen”, de behoefte aan interactie en de behoefte aan diepgang.

Zaal- en objectteksten

De meeste panelleden zijn beslist geen voorstander van schriftelijke aanwijzingen, omdat “mensen niet of slecht lezen”. Regelmatig is gesteld dat het nieuwe museum niet te veel tekst moet bieden, maar zaken dient te verhelderen door de wijze van opstellen. Toch blijven er altijd bezoekers die wel behoefte hebben aan geschreven informatie. Het lijkt dan ook niet raadzaam om de teksten weg te laten, hetgeen is bevestigd door onderzoek in de Verenigde Staten. In de evocatieve Ice Age Exhibition in het Cincinnati Museum waren aanvankelijk geen zaalteksten of objectlabels opgenomen. Toen echter uit divers evaluerend onderzoek naar voren kwam dat daar toch sterk behoefte aan was onder het publiek, zijn die alsnog toegevoegd (Larsen 2002). Wel teksten dus, maar die dienen dan niet “oeverloos lang” te zijn. Het handigst is als er een duidelijke onderverdeling wordt gemaakt in A-, B- en C-teksten: A-teksten bevatten essentiële informatie, B-teksten verstrooiende anekdotes of raadsels en C-teksten verdieping. Als goed voorbeeld is de informatieverstrekking in het Gallo-Romeins Museum te Tongeren genoemd.

8. De specifieke suggesties voor de onderwijsgroepen komen in het tweede deel aan de orde.

Aandacht voor informatievoorziening

De gedachtewisseling binnen de panels over de mate waarin een bezoeker van het nieuwe stadsmuseum bij de rondgang didactisch ondersteund dient te worden, sluit aan op het door deskundigen gevoerde debat over de invulling van het nieuwe stadsmuseum. De een pleit er voor zo min mogelijk interpretatie te bieden: “Een artefactenstoet: een ultra-minimalistische opstelling eventueel aangevuld met een ‘onbepaald spel van vergelijkende betekenissen’” (Gielen 2000). De ander meent juist dat het publiek geholpen mag worden bij de duiding: “Biedt een zo gesofistikeerd mogelijk verhaal, open voor complexiteit, nuance en onvolkomenheid, en naar allerbeste geweten samengesteld”, want: “het democratische museaal minimalisme is intimiderend doordat het zoveel voorkennis veronderstelt” (Schaepdrijver, de 2002). De panels ondersteunen vooral die tweede visie. Men is van mening dat diverse vormen van ‘kijkbegeleiding’ zinvol en wenselijk zijn, mits er maar voldoende keuzevrijheid wordt geboden. Uit het onderzoek onder publiek van 25 Vlaamse musea blijkt dat de verwachting dat je in een museum je algemene kennis kan vergroten de belangrijkste drijfveer is om naar een museum te gaan: 80% van het onderzochte museumpubliek geeft dit aan en voor 50% is dit de belangrijkste beweegreden. Met name voor publiek van cultuur-historische musea speelt de behoefte aan informatie de belangrijkste rol: dit geldt voor 58% van dit publiek. Voor het publiek van dit genre musea is de behoefte aan inspiratie (iets moois zien) minder doorslaggevend: dit speelt bij 24% de belangrijkste rol (Ranshuysen 2001). Dit pleit er voor om de nodige aandacht te besteden aan de inhoud en de vorm van de informatieverstrekking in het nieuwe stadsmuseum. Hierbij dient ook de aansluiting bij de diverse doelgroepen in het oog gehouden te worden. Naast achtergrondinformatie over het tentoongestelde is het ook belangrijk dat er informatie is die de bezoeker wegwijs maakt in het museum. Museummedewerkers zien nogal eens over het hoofd dat de opbouw en indeling van een tentoonstelling en het museum veel minder vanzelfsprekend is voor het publiek als voor hen.

DE NAAM VOOR HET NIEUWE MUSEUM

Reeds bedachte namen

Aan de panels werden vijf mogelijke namen voor het nieuwe stadsmuseum voorgelegd, met de vraag aan te geven wat de beste en wat de slechtste naam is. Het ging om de namen: City Museum Gent, Historisch Museum Gent, Stadsmuseum De Bijloke, Stadsmuseum Gent en Gent Museum. Stadsmuseum De Bijloke krijgt de meeste bijval. Dit omdat deze naam naar de

plek Bijloke verwijst. “Nu is die naam nog niet zo bekend, maar er kan wel een begrip van worden gemaakt.” Men acht het belangrijker dat de naam het woord Bijloke omvat dan het woord museum, omdat het nieuwe stadsmuseum meer moet worden dan een traditioneel museum. Sommigen vragen zich af waarom de huidige naam – het Bijlokemuseum – niet gehandhaafd blijft. Gent Museum krijgt van sommigen de voorkeur omdat dit een vernieuwende naam is en het idee van de stad als museum erin zit. Historisch Museum Gent krijgt weinig bijval, omdat men dit een te ouderwetse naam vindt: bij de senioren slaat deze naam dan ook het vaakst aan. Stadsmuseum Gent wordt zelden gekozen, omdat dit te onbestemd is. Men is vrijwel unaniem gekant tegen de naam City Museum Gent, omdat die te commercieel klinkt. Bovendien vindt men dat de benaming in het Nederlands gesteld moet zijn.

Mogelijke andere namen

Veelal vond men geen van de voorgelegde namen echt geschikt: “de organisatoren zouden beter nog wat verder kunnen zoeken” en “het zijn allemaal saaie namen”. Er is gepleit voor een kortere, meer swingende naam “zoals SMAK, maar dat valt misschien moeilijk te overtreffen”. Iemand oppert de naam Gents Stadsmuseum, af te korten tot GSM, een ander komt met STAD. Anderen achten de naam Gandavum veel geschikter: “omdat dit de oudste gekende naam van de stad is en daardoor terug naar de oorsprong gaat” of “omdat deze naam mysterieus is en pas tijdens het bezoek duidelijk wordt waar dit voor staat”. Alle panelleden is gevraagd om zelf een naam te verzinnen. Hierbij kwam men tot de volgende suggesties, waarbij opvalt dat veel van die namen kort en krachtig zijn:

Ganda Museum (2x)	HI Gent	Het Stadsmuseum
Ganda	Gent Gezien	Het Open huis
Gaudeamus	Gent Experience	Dit is geen museum
	Gent Historia	Iets met schatkist
Bij Loke	Gent Discovery	Dynamiek van het statische
Bijloke		
Historische Museum De Bijloke		

DE STADSMUSEUMWEBSITE

Internetgebruik

Uit onderzoek onder publiek van 25 Vlaamse musea blijkt dat 7% van dit publiek de nationale museumsite (www.museumsite.be) raadpleegde voorafgaand aan het museumbezoek en 4% de site van het museum waarin men werd ondervraagd. Voor 4% was internet het belangrijkste informatiekanaal (Ranshuysen 2001). Uit onderzoek onder publiek van twee Gentse musea – het Museum voor Schone Kunsten en het SMAK – blijkt dat 7% van dit publiek door internet heeft kennis genomen van de collectie van deze musea (Roose en Waeghe 2002). Dit zijn geen hoge percentages, maar volgens een studie van het Nederlandse Sociaal Cultureel Planbureau (De Haan en Huysmans 2002) veroverd ‘internetten’ een vaste plaats in de vrijetijdsbesteding. Bij de verspreiding van de nieuwe informatie- en communicatietechnologie (ICT) lopen hogere statusgroepen, mannen en jongeren voorop. Als bron van informatie heeft het internet (nog) een flinke achterstand op televisie (met name bij jongeren) en dagbladen (met name bij ouderen). Ten opzichte van de overige media – radio en teletekst – steekt het internet niet slecht af. In 2000 gebruikte nog slechts 3% van de Nederlanders van 12 jaar en ouder internet als bron van informatie over kunst en cultuur: dit geldt voor 4% van de regelmatige cultuurbezoekers en 2% voor de niet-regelmatige bezoeker. Volgens De Haan en Huysmans zal het belang van internet als informatieverschaffer over cultureel aanbod aanzienlijk toenemen door de voortgaande verbetering van de infrastructuur en een verbreding van het aanbod op internet. Een andere Nederlandse publicatie (Broekhuizen en Huysmans 2002) gaat dieper in op de informatievoorziening via websites van musea en theaters. “Het internet biedt culturele instellingen nieuwe kansen in de interactie met daadwerkelijk en potentieel publiek. Op het web kan een 24 uur beschikbare, interactieve visitekaart met een combinatie van tekst, geluid en stilstaand en bewegend beeld worden aangeboden. Een website is een aantrekkelijke voorziening voor zowel de instelling zelf (vanwege de mogelijkheden tot interactie met websitebezoekers) als voor de virtuele bezoekers (die een op de eigen informatiebehoeften toegesneden indruk verkrijgen van hetgeen de instelling te bieden heeft).”

De Gentse Stadsmuseumsite

De uitkomsten van de paneldiscussies sturen ook aan op het ontwikkelen van een gebruiksvriendelijke en prikkelende Stadsmuseumwebsite⁹. Niet alleen voor volwassenen, maar ook voor de jeugd, want: “kinderen uit alle

9. Inspirerende voorbeelden van websites waarin geografisch gebonden cultureel erfgoed centraal staat, vormen het Schotse SCRAN-project (www.scran.ar.uk) en de plannen van de Identiteitsfabriek Zuidoost (zie Rooijackers 2002).

lagen van de bevolking krijgen op school les in informatica". In de Gentse bibliotheek kan men gratis surfen op het internet: maximaal één uur per persoon onder beperkte begeleiding. In de buurtcentra zijn nog geen computers geïnstalleerd, maar wellicht gebeurt dat in de toekomst. Naar aanleiding van het project Gentse Helden is een website gemaakt, die werd gekoppeld aan een introductie cursus informatica: daar was veel interesse voor. Er is geopperd dat een door het nieuwe Stadsmuseum op te zetten ICT-project over de stad Gent een prachtige aanleiding zou zijn voor de verspreiding van computers over wijkcentra.

De geraadpleegde ouders van jonge kinderen pleiten voor speciale kinderpagina's op de stadsmuseumsite. Bij theaterhuis De Kopergieterij blijkt dit goed te werken. Een op het onderwijs gericht educatief onderdeel biedt goede mogelijkheden om klassikaal museumbezoek te ondersteunen. Bij de ontwikkeling van een stadsmuseumwebsite dient van te voren goed vastgesteld te worden wat de functies ervan zijn. Dient de site als appetizer voorafgaand aan het museumbezoek of is het de bedoeling dat museumpubliek de site na het bezoek kan raadplegen voor aanvullende informatie ter verdieping van hun bezoek? Wellicht krijgt de site nog een bredere functie, namelijk het geven van voorlichting over wat Gent biedt, zowel op het gebied van cultureel erfgoed als voor wat betreft het actuele cultuuraanbod. Uiteraard dient bij de invulling van de stadsmuseumsite ook goed in overweging te worden genomen voor welke doelgroepen de site is bestemd. In het tweede deel van dit rapport worden per doelgroep diverse suggesties gedaan voor de invulling van de website.

DE TENTOONSTELLINGEN

MOGELIJKE INVALSHOEKEN

Thematische benadering

De algemene opinie is dat er een breed scala aan onderwerpen aan bod dient te komen in het nieuwe museum, die zowel verleden, heden en waar mogelijk de toekomst beslaan. Men is echter wel beducht voor een overkill: "Je moet niet te veel willen tonen". Er dient een "duidelijke rode draad" te zijn, zoals bijvoorbeeld in de vorm van een thema. Het idee van een thematische aanpak oogst veel bijval, omdat dit op verschillende niveau's is uit te werken, waarbij ingespeeld kan worden op de belevingswereld van in museumbezoek onervaren publiek. Thema's die gebonden zijn aan de eigen levenssfeer van de diverse doelgroepen zullen veel meer aanspreken dan bijvoorbeeld een economische invalshoek of grote historische thema's. "Het lillende leven dient aan de orde te komen, pure emoties die mensen raken." Met name degenen die nooit of zelden musea bezoeken, dienen op de één of andere manier 'meegesleept' te worden aan de hand van een herkenbaar onderwerp. "Met markante verhalen, leuke anekdotes, bepalende figuren zoals Artevelde. Het is in elk geval uit den boze dat je alles statisch toont. Een museum moet de tentoonstellingen regelmatig thematiseren en actualiseren." Alleen het panel van geschiedenisdocenten is minder enthousiast over een thematische benadering, onder andere omdat zo'n benadering al wordt gehanteerd door andere Gentse musea, zoals het MIAT en het Huis van Alijn.

Ruimtelijke benadering

Het is ook mogelijk om een ruimtelijke invalshoek te hanteren, bijvoorbeeld door te focussen op markante stedelijke bakens, zoals pleinen, parken, kerken of waterwegen. De geraadpleegde vertegenwoordigers van de toeristische sector zien sterke kanten aan deze benadering, omdat dit perspectief goed vertaald kan worden in multimediale presentaties. Bovendien is dit ook een bruikbaar perspectief voor gehaste bezoekers, die via het stadsmuseum met de stad wil kennismaken. Ook de vertegenwoordigers van senioren ondersteunen deze aanpak: "Je kan hiermee een grote dynamiek doen ontstaan en het biedt - met name voor de oudere Gentenaren - veel her-

kenningspunten.” De ondervraagde leerkrachten uit het basis- en voortgezet onderwijs koppelen de volgende voordelen aan het ruimtelijke perspectief:

- Het is vakoverstijgend, want ruimtelijke onderwerpen bieden aanknopingspunten voor geschiedenis, economie, esthetica, architectuur, tekenen, et cetera.
- Het gaat om objecten en onderwerpen die herkenbaar zijn, het raakt aan het dagelijks leven van Gentenaars.
- Het biedt goede mogelijkheden om een museumbezoek en een stads-wandeling op elkaar aan te sluiten.

Regelmatig doet men suggesties voor combinaties van het thematische met het ruimtelijke perspectief. De een meent dat de thematische aanpak dient te domineren, waarbij de ruimtelijke dimensie ondersteunend werkt, want: “Bepaalde locaties of gebouwen hangen nauw samen met bepaalde thema’s, omdat ze een symbolische waarde hebben.” De ander is er stellig van overtuigd dat de ruimtelijke aanpak dient te domineren, waarbij diverse thema’s worden uitgelicht.

De chronologie in de opbouw

Doorgaans zijn historische tentoonstellingen chronologisch opgebouwd: dus in tijd gezet van vroeger naar nu. Steeds vaker wordt dit echter omgedraaid: dan wordt uitgegaan van de actualiteit om aansluiting te vinden op de belevingswereld van een breed publiek. De huidige context biedt dan het referentiekader voor vragen die aan het verleden worden gesteld. Alhoewel de algemene opinie is dat een museum zo veel mogelijk moet aansluiten op het referentiekader van de bezoekers en dat er een link met het heden moet worden gelegd, zijn de meeste panelleden van mening dat chronologie erg belangrijk is. “Er dient helder aangegeven te worden dat men in een bepaalde tijd zit en wanneer men overgaat naar een andere tijd.” Dit omdat veel mensen weinig historisch besef hebben. Opmerkingen hierover zijn:

- Er is een hoge nood aan een chronologisch referentiekader, zodat men een idee krijgt van de causale verbanden.
- De geschiedenis verloopt in curven, het is nuttig te beginnen van bij het begin en te laten zien hoe dingen uit elkaar ontstaan of voortvloeien.
- Kinderen hebben geen besef meer van tijdslijnen; misschien heeft het museum daar een verantwoordelijkheid.

Uit eerder onderzoek naar behoeften ten aanzien van een stadstentoonstelling kwam ook een unanieme vraag naar ondersteuning bij de tijdsbepaling naar voren (Ranshuysen 2000a). Dit blijkt dus een serieus te nemen wens. De tijdslijn dient echter niet te domineren, men zegt daarover:

- Het gaat om mensen niet om data en feiten. Bij sommigen doet de juistheid van de feiten er ook niet toe.
- Voor kinderen is het leuker om het eens niet zo te structureren als op school.
- Een tijdslijn kan een zeer traditioneel, vertekend beeld geven, de chronologie dient op een speelse wijze te worden aangeduid.

- Vertrekken van het nu en dan gaan ‘zappen’ zal veel mensen zeker aanspreken, maar een combinatie van dit zappen met tijdsbalken is zeer wenselijk. Zo’n tijdsbalk kan dienen als ‘kapstok’ waar je voortdurend visueel mee wordt geconfronteerd.

Het is ook mogelijk om de tijd te markeren door voor elke periode een andere aankleding te kiezen.

Er is gesteld dat de actualiteit zeker aan bod moet komen, maar dat die snel achterhaald kan zijn. Zeker bij meer permanente opstellingen dient het accent daarom niet te veel op het huidige tijdsbestek te liggen, dit kan beter gebeuren in tijdelijke tentoonstellingen.

CENTRALE PERSPECTIEVEN

Richtinggevende invalshoeken

De realisatie van het nieuwe Gentse stadsmuseum is mede mogelijk dankzij de Vlaamse regering die dit nieuwe museum samen met het MAS in Antwerpen als de kern van een nieuw geïntegreerd concept van ‘musea van de Vlaamse ontvoogding’ beschouwt. De Vlaamse context biedt voor het nieuwe stadsmuseum een aantal interessante perspectieven. Zo is het de bedoeling dat de Vlaamse en Gentse geschiedenis op basis van de begrippen Vrijheid, Emancipatie en Kennis en Cultuur aan elkaar verweven worden. Het blijkt dat deze begrippen voor veel van de geraadpleegde panelleden te abstract en te algemeen zijn. Bovendien signaleerde men dat genoemde invalshoeken elkaar sterk overlappen. Tevens vroeg iemand zich af of deze invalshoeken niet te tijdgebonden zijn: “misschien zijn ze binnen een paar jaar niet meer relevant.” Tevens signaleerde men dat de gekozen perspectieven niet typisch Gents zijn. De panels is gevraagd met welke typisch Gentse onderwerpen men de genoemde invalshoeken associeert. De antwoorden zijn hieronder samengevat.

Vrijheid

Het begrip vrijheid leidt tot veel associaties (zie de navolgende tabel) en wordt door de meerderheid van de geraadpleegden als het meest belangwekkend beschouwd. Men linkt dit begrip enerzijds aan historische onderwerpen die veelal met opstand en ontvoogding zijn verweven. Met name Artevelde, Belfort, de opstand tegen Karel V en de stroppe dragers, zijn genoemd. De drang naar vrijheid is volgens velen dan ook een typisch Gentse karakteristiek. Deze karakteristiek wordt verbonden met tegen-draadsheid en een relativerende en open houding. “Door die openheid straalt Gent geen zelfvoldaanheid uit, in tegenstelling tot Antwerpen.” Die

openheid komt bijvoorbeeld tot uiting in een initiatief als Chambres d'Amis in de jaren tachtig, waarbij museale kunstobjecten in huiskamers van Gentenaars werden getoond. De persoon Jan Hoet wordt als de personificatie van het typische Gentse beschouwd. Tot slot associeert men vrijheid met het levendige uitgaansleven in Gent, hetgeen culmineert in de Gentse Feesten. De Gentse Feesten en tradities rond feesten zijn aansprekende onderwerpen omdat: "er dan iets positievers dan een maatschappelijk probleem als uitgangspunt dient". Bovendien kan dit onderwerp heel creatief en evocatief worden uitgewerkt.

	<u>VRIJHEID</u>	UITGAANSLEVEN
HISTORISCHE ONDERWERPEN	VRIJHEIDSLIEVENDE CULTUUR	
Stroppendragers (11x)	Uw eigen goesting doen	Gentse Feesten (3x)
Artevelde (7x)	Gaan en staan waar we willen	Feesten
Belfort (4x)	Eigenzinnigheid (2x)	Uitgaan
Sociale ontvoogding (2x)	Trots op eigen cultuur (2x)	Winkelen
Keizer Karel V (5x)	Ongebondenheid	Sociale contacten op straat,
Stadskeure (2x)	Verscheidenheid	Café (sociaal gevoel)
Lieven Bauwens (2x)	Averechts Gent	Uitgaanscultuur nu
Anseele (2x)	Opstandig	Studentenstad
Orangisten	Vrijheid van denken	Studentenleven
Burgers versus overheden (2x)	Rebellie, opstand	Tolerantie
Pacificatie van Gent	Studentenbezettingen	Hedendaagse kunst
Republiek of zoiets geweest	Geen bemoeienis van overheden	d'Hane Steenhuyse: 18de-eeuwse lustbal
Vrijheid: historisch	Tegendraadsheid	Vrije tijd: hoe vult een Gentenaar die in?
De stedelijke vrijheden in de Middeleeuwen	Spotzucht	De bijdrage aan het cultuur-aanbod vanuit allochtone gemeenschappen
Rechten van de mens	In contraire gaan	
Godsdienstoorlogen	Openheid	
Kiesrecht voor vrouwen, Gevangnissen	De Turkse dichter: Nazue Hikmet	
Stadspoorten		
Middeleeuwen		
19de eeuw		
Romantische geschiedschrijving		
Vrouwenemancipatie		
Arbeidersemancipatie		
Politieke geschiedenis		
Geuzen		
Bezetting Gravensteen		
Strop, water en kaaien, De koten		
Gilden, 19de-eeuwse vakbonden		
Gildestad, opstand		
Link met historische figuren		
Klokke Roeland		
Verlichting		
Bevrijding proletariaat		
Mei '68		

Emancipatie

Na vrijheid acht men emancipatie een begrip dat sterk bij Gent hoort. Men associeert dit begrip het vaakst met de sociale strijd en de arbeidersbeweging. "De Internationale is gecomponeerd door een Gentenaar", weet iemand trots te melden. Tevens legt een enkeling een link met de industrialisatie. Voor velen overlapt het begrip emancipatie grotendeels met vrijheid. Vrouwenemancipatie is ook regelmatig genoemd. "Vrouwen zijn hier altijd actief geweest, maar wel onzichtbaar". Er kan aandacht besteed worden aan markante vrouwen uit de Gentse geschiedenis. Opvallend is dat in de themawandelingen die de Gentse gidsenorganisaties aanbieden het thema 'markante' vrouwen ook regelmatig opduikt. Daarnaast associeert men het begrip emancipatie het sterkst met de Vlaamse ontvoogding. Dit wordt weer gelinkt met de vernederlandsing van de Gentse universiteit, de Vooruit en de arbeidersbeweging, onderwerpen die ook al bij het begrip vrijheid naar voren zijn gebracht.

	<u>EMANCIPATIE</u>	OVERIGE ONDERWERPEN
ARBEIDERSSTRIJD	VROUWENEMANCIPATIE	BINNEN EMANCIPATIE
Vooruit (6x)	Markante Gentse vrouwen (4x)	Vlaamse ontvoogding (2x)
Sociale strijd (3x)	De vrouw in de 19de-eeuw	Stroppendragers
Ontstaan socialisme (2x)	De eerste vrouw die naar de universiteit ging	Huis van de Mensenrechten
Arbeidersbeluiken (2x)	De vrouwenbeweging	Vluchtplek West-Vlamingen
Arbeiders (2x)	Straatnamen: nu pas ook van belangrijke Gentse vrouwen	KOM-PAS
Anseele (2x)	Ontwikkelingen in de gezondheidszorg in Gent en de weerslag daarvan voor vrouwen	De Centrale
Arbeidersbeweging		Graffiti
Ontvoogding arbeiders		Enorme gebouwen
Socialisme: arbeidersbeweging		Rol van de kloosters en abdijen
Arbeidersontvoogding		Jan Frans Willems
Fabrieken		Collaboratie tijdens de 1ste wereldoorlog
Industrialisering in Gent		Ledeganck, Van Crombrugge
Industriële Revolutie		Artevelde
Grote Gentse historische figuren		Vlaamse Academie
Band met wereldgeschiedenis		Publiektheater
Gentse citees		Universiteit
Gentse vrijheden		Gent als Vlaamse kunststad
Verdragen		De emancipatie van allochtonen binnen de Gentse gemeenschap
Belfort		Sociale geschiedenis rond wonen
Gilden en dekenijen		Rol van de clubs doorheen de tijden: Rotary, de ronde tafel, de loge, et cetera
		Gelijkwaardigheid van verschillende culturen

Kennis en cultuur

Kennis en cultuur komen als minder typerend voor Gent naar voren dan vrijheid en emancipatie. Toch heeft men wel veel associaties bij deze begrippen, vooral bij cultuur. SMAK en Jan Hoet worden hierbij regelmatig naar voren gebracht. Tevens wordt de Vooruit weer genoemd, hetgeen ook – en vaker – werd genoemd bij het begrip emancipatie. Het Belfort, dat ook bij vrijheid is genoemd, komt ook opnieuw terug bij cultuur. Iemand legt de link tussen de begrippen cultuur en vrijheid met de uitspraak: “Er is een grote culturele variëteit in Gent als gevolg van de grote vrijheid hier.” Dat er veel mogelijk is op cultureel gebied in Gent wordt meermaals naar voren gebracht. “Wandel eens door Gent en de cultuur komt van alle kanten op je af”, merkt iemand op. Een ander stelt dat de industriële ontwikkeling en het rijke patrimonium dat daardoor ontstond tot een groot cultureel aanbod heeft geleid. Het stadsmuseum dient aandacht te besteden aan de diverse kunstuitingen en culturele stromingen op gebied van architectuur, literatuur, beeldende kunst en podiumkunsten in Gent. Aandacht voor geschiedenis valt volgens een enkeling ook onder cultuur, want: “De Gentenaar is trots op zijn geschiedenis en kent ze.”

Het begrip kennis levert veel minder associaties op dan cultuur. Men associeert dit begrip het vaakst met de universiteit en met de hoge concentratie van scholen. Incidenteel wordt gewezen op de technische en medische kennis die in Gent aanwezig is.

KENNIS EN CULTUUR	
CULTUUR	KENNIS
SMAK (6x)	Universiteit (9x)
Jan Hoet (3x)	Eerste Nederlandstalige universiteit (3x)
Vooruit (3x)	Onderwijs (4x)
Musea (3x)	Academies
Belfort (2x)	Studentenstad
Gravensteen	Bibliotheek
Muziek en dans	Onderwijspolitiek: volksonderwijs en universiteit
Podiumkunsten	Technische vernieuwing
Arne Sierens	De 3de Industriële Revolutie
Alain Platel	Technische kennis in 19de en 18de eeuw
MIAT	Geneeskunde
Kathedraal en torens	RUG
Vlaamse Primitieven	Hoge concentratie onderwijsinstellingen
Lieven Bauwens	Onderwijs
Guislain	Scholen en studenten
Chambres d'Amis	250 jaar Academie
Gentse Feesten en Patersholfeesten	Universiteit, met nu pioniersrol m.b.t. genetische manipulatie
Huizen: trappenhuizen	Onderwijsinstellingen
Water	Latemse school
Geschiedenis	Ruimtevaart
Historiek	Technische uitvindingen die hun sporen nalieten in Gent (bijvoorbeeld weefgetouwen)
Gentse trots: en wijkhistoriek	Universiteit Gent en alle andere onderwijsnetten
Architectuur	
Ontspanning van de gewone man	
Kunst	
Kathedraal	
Kerken	
Gildenhuizen	

CULTUUR	KENNIS
Opera	
Religieuze spanningen	
Lam Gods	
Schilders (bijv. Sint- Martens-Latem)	
Maeterlinck	
Gebouwen	
Vrijmetselarij	
Maatschappelijke dienstverlening	
Verwondering, experiment, kansen, verdraagzaamheid	
Urban legends	
Historische plaatsen	
Gent als Vlaamse kunststad	
Van Eyck	
De eigen cultuur: in land van herkomst en nu in Gent	
40 jaar immigratiegeschiedenis	
Allochtone (hedendaagse) kunstenaars	
Muziekinstrumenten	
Objecten uit collecties	
Prehistorie	
Architectuur	
Geschiedenis van de stad	
Het feit dat mensen steeds meer open staan voor cultuur.	
Nostalgische onderwerpen, zoals oude kinderboeken en televisieprogramma's	
De geschiedenis van Gent (van voor de Romeinen tot nu)	
De 'cultuurschok' in Gent (welke 'wereldberoemde' kunstenaars zijn aanwezig in Gent)	
Stroppendragers	
De diversiteit: wie woont in mijn stad (en welke talen worden er gesproken)	
Gebouwen: evolutie in de architectuur	

Nieuw perspectief: de typisch Gentse identiteit

In de panels is gesignaleerd dat de vier invalshoeken sterk overlappen met onderwerpen die in andere musea – in en buiten Gent – aan bod komen, terwijl het nieuwe museum zich juist zou moeten richten op thema's die elders nog niet aan bod komen. Wellicht kan de ontwikkeling van de specifieke identiteit van Gent zoals die zich nu manifesteert de centrale invalshoek voor het nieuwe museum vormen, want dit blijkt een onderwerp dat vrijwel alle geraadpleegden fascineert. Bovendien biedt deze invalshoek veel aanknopingspunten. Dit idee toont verwantschap met het concept voor het nieuwe stadsmuseum in Antwerpen, het MAS. Daarin staat de vraag centraal waarom de stad er uit ziet zoals vandaag. Het streven hierbij is het geven van een kritische meerduidige interpretatie van de stad en van haar geschiedenis en niet een nostalgische terugblik (Thielemans 2001). Potentieel museumpubliek is echter wel gevoelig voor 'nostalgie', met name senioren. Daarnaast blijkt dat enigszins geïdealiseerde legendes over Gentse helden en de vrijheidsstrijd enerzijds tegemoet komen aan de wens onder Gentenaars om de trots op de eigen stad te versterken en anderzijds aan de behoefte aan

tot de verbeelding sprekende verhalen. Wanneer de typisch Gentse identiteit centraal staat dient er, met name volgens de vertegenwoordigers van allochtonen, ook aandacht te zijn voor de multiculturele aspecten van Gent.

COMMUNICATIE MET TENTOONSTELLINGSBEZOEKERS

Behoeftte aan dynamiek

Uit de paneldiscussies komt een grote behoefte aan interactieve middelen¹⁰ en zelfwerkzaamheid naar voren. Men wil actief betrokken worden door de nieuwe middelen van informatie- en communicatietechnologie, het doen van proeven en workshops. Het museum dient een beroep te doen op zoveel mogelijk zintuigen, door een multimediale aanpak, gastronomische activiteiten, muziek, kleurgebruik, museum personeel in historische kostuums, maquettes, reconstructies van interieurs, originele bewegwijzering en een prikkelende vormgeving.

- Graag niet al te braaf. Er mag wel wat geëxperimenteerd worden: zeer creatief en levend, in het museum wordt gewerkt, geleefd, gelachen, gepraat en gediscussieerd,
- Niet te mainstream: biedt een meerwaarde door iets vernieuwends te doen, want mainstream is reeds overal,
- Streef verrassingseffecten na: het mag soms best een beetje spectaculair,
- Gebruik dynamische displaytechnieken,
- Maak ruimte voor humor.

Informatie op papier

Ter ondersteuning van een expositiebezoek kan een schriftelijke kijkwijzer worden ingezet. Dit wordt echter door de meeste geraadpleegden als te schools ervaren. Bovendien is al geconstateerd dat veel museumbezoekers liefst zo min mogelijk willen lezen: die krijgen liever een mondelinge uitleg of visuele ondersteuning, bijvoorbeeld door de reeds ter sprake gekomen parkoers of tijdsbalken. Meer ervaren museumbezoekers, senioren en mensen met specifieke belangstelling voor het onderwerp van de tentoonstelling stellen extra schriftelijke informatie wellicht wel op prijs, maar nadeel blijft dat het lezen van zo'n folder tijdens het bezoek veel concentratie vereist. Dit

10. Volgens het woordenboek betekent interactief: in wisselwerking. In de museale praktijk houdt dit in dat de bezoeker enige invloed kan uitoefenen op de inhoud van de informatie die wordt verstrekt door middel van keuzemogelijkheden.

leidt af van het kijken en van interactie met anderen. Voor senioren is de leesbaarheid van folders vaak een probleem. Al met al lijkt het raadzamer om voor degenen die graag informatie op papier krijgen een catalogus of brochure te ontwikkelen, die thuis kan worden nageslagen.

Rondleidingen

De meeste panelleden achten een rondleiding door een gids een waardevolle begeleidingsvorm, mits die gids goed is ingespeeld op de rond te leiden groep. Die groep dient niet als "een stelletje schapen" achter de gids aan te lopen en de gids moet geen monoloog houden. Een gids dient zich in te leven in het tentoongestelde materiaal en in het publiek. Het moet een 'professional' zijn in de brede zin van het woord. "Iemand die veel over de materie weet en dat kan zonder speciale diploma's". Het gaat er vooral om dat de gids het publiek kan enthousiasmeren: "De sociale bekommernis (warmte)" en "zijn of haar uitstraling en stem" zijn erg belangrijk. Een gids moet echt contact maken, zo vertelt een geraadpleegde gids: "Je moet zo veel mogelijk personaliseren: als ik als gids begin, zeg ik dat ik zelf van Gent ben, dan kan het al bijna niet meer stuk. Daar houden mensen van." Een rondleiding mag nooit saai worden: de gids moet de 'taal' van de deelnemers gebruiken en hen actief betrekken bij de rondleiding, bijvoorbeeld door het stellen van vragen en het geven van aansprekende kijkopdrachten. Een goede gids speelt in op het referentiekader van de groep. Bij allochtone groepen dient er bijvoorbeeld niet alleen uitgegaan te worden van het Westerse referentiekader. Ook dient historische kennis niet automatisch verondersteld te worden: "veel mensen weten nu eenmaal niet wie Keizer Karel was en daar moet je rekening mee houden". Binnen alle panels is opgemerkt dat een voorbereidend gesprek ideaal is, indien het gaat om een groep die zich collectief inschrijft. Voor individuele bezoekers zouden er op vaste tijdstippen rondleidingen aangeboden kunnen worden, waar maximaal 20 mensen aan deelnemen en die ongeveer één uur duren. Al eerder kwam ter sprake dat voldoende ruimte voor groepen van groot belang is en dat er over gewaakt moet worden dat de rust in het museum niet verstoord dient te worden door te veel door elkaar lopende groepen.

Audiotour

Alhoewel musea steeds vaker een audiotour aanbieden is de algemene opinie in de panels dat dit instrument slechts voor een kleine groep bruikbaar is, te weten voor "mensen die in zichzelf gekeerd zijn, die zich prettiger voelen als ze niet in een groep hoeven". Er blijken nogal wat bezwaren aan een audiotour te kleven. Het belangrijkste nadeel is dat er geen onderlinge discussie mogelijk is, terwijl telkens weer blijkt dat er grote waarde wordt gehecht aan de mogelijkheid tot sociale interactie tijdens een museumbezoek. Dit bezwaar kan ondervangen worden door het aanbod dat bij de expositie 'Vlamingen op de Titanic' in de Sint-Pietersabdij was ontwikkeld. Daar werd een collectieve rondleiding aangevuld met een individuele audiotour en was er na afloop van die audiotour gelegenheid om die gezamenlijk te

bespreken. Een dergelijke aanpak vereist echter een strakke logistiek. Een tweede bezwaar is dat een audiotour – in tegenstelling tot een levende gids – niet kan inspelen op het referentiekader van de bezoeker. “Vooraf vastgelegde teksten zijn vaak te moeilijk of juist te simplistisch”. Het is “een ongelukkige noodoplossing” die een levende gids niet kan vervangen, omdat een audiogids niet kan inspelen op de aanwezige kennis. Een derde nadeel is dat een audiotour de beleving van de objecten kan verstoren. “Mensen raken meer geboeid door de voorwerpen dan door de feitelijke informatie daarover, dat kan juist te veel afleiden”. Een volgend bezwaar is dat als een museum ook niet Nederlands sprekende allochtonen en buitenlandse toeristen wil bedienen, de audiotour in een scala van talen vertaald moet worden. Dat is een kostbare zaak. Tot slot menen de vertegenwoordigers van senioren dat een audiotour geen goed instrument is voor hun achterban: “dat is te lastig en te moeilijk”.

DEEL II

Doelgroepgebonden wensen en behoeften

ONERVAREN MUSEUMPUBLIEK

BELEMMERINGEN VOOR MUSEUMBEZOEK

Visies van de panelleden

De acht intermediairs die met de groepsdiscussie over onervaren museumpubliek zijn geraadpleegd, vertegenwoordigen mensen met een minimuminkomen of andere achterstandssituaties (zie de beschrijving van de panelleden in Bijlage 1). In feite is de doelgroep onervaren museumpubliek veel breder dan deze specifieke groep: uit onderzoek onder de Vlaamse bevolking van 16 tot 75 jaar blijkt dat 52% daarvan nooit een museum bezoekt (European Commission 2000). Deze intermediairs vertegenwoordigen dus een specifiek en zeer beperkt deel van onervaren museumpubliek. Aan dit panel is gevraagd of men in steekwoorden kan aangeven welke beelden er bij hun achterban leven ten aanzien van musea. Dit leverde de volgende omschrijvingen op.

NEGATIEF	NEUTRAAL	POSITIEF
Te duur	Is dat ook voor ons?	Interessant
Duur: voor de rijken	Wat is dat?	
Voor de rijken	Onduidelijk	
Dure, waardeloze dingen	Vreemd	
Overbodig: geld over de balk	Avant-gardistisch	
Moelijk bereikbaar	Ver van hun bed	
Moelijk – onbegrijpelijk	Zo een groot huis : daarin vind je je weg moeilijk	
Elitair		
Afstandelijk		
In zichzelf gekeerd		
Pretentius		
Oubollig		
Saai		
Je kan er geen plezier beleven		
Je moet er stil zijn		
Je leert er geen mensen kennen, zoals in café's		

Volgens deze informanten domineren negatieve beelden binnen de groepen die zij vertegenwoordigen: musea in stand houden is geldverspilling, musea slaan geen brug naar hen en je kan je er niet vermaken. Uit de meer neutrale bemerkingen blijkt dat deze groepen veelal onbekend zijn met hetgeen

musea bieden. Het enige positieve steekwoord geeft aan dat er wellicht toch wel het idee leeft dat daar iets interessants te ontdekken valt. Iemand schreef: “Het referentiekader van musea wijkt af, maar dat kan ook wel spannend zijn. Veel mensen zijn er ook wel nieuwsgierig naar, maar ze zouden er alleen niet zo snel binnenstappen.” Uit de ervaringen van de panelleden blijkt dat musea tot positieve ervaringen kunnen leiden bij personen die er aanvankelijk bevooroordeeld tegenover staan. Kortom: het instituut ‘museum’ is bij velen onbekend en daardoor onbemind.

De kloof dicht

Kansarme mensen zijn vooral bezig met het voldoen van hun primaire behoeften en het bevredigen van hun acute noden, is in dit panel gesteld. Hierdoor komen ze niet toe aan culturele activiteiten. Hierbij is verwezen naar artikel 23 van de grondwet: ‘iedereen heeft recht op toegang tot cultuur’. De overheid zou een specifiek beleid moeten voeren opdat cultuur daadwerkelijk voor iedereen toegankelijk is. “Het cultuuraanbod dient dan wel ‘evident’ voor hen te zijn. Ook de mensen die wij vertegenwoordigen zijn geïnteresseerd, want het ‘gevoel van het schone’ is universeel. Er is wel een fundamenteel verschil. Wij gaan naar een museum als we ons goed voelen en zin hebben. Bij mensen die armoede van generatie op generatie doorgeven, spelen andere mechanismen mee. Ze zijn met ‘overleven’ bezig en hebben daardoor geen geestelijke ruimte om van een museumbezoek te genieten. Voor hen moet zo’n bezoek vooral ontspannend zijn, dus inhoudelijk niet te moeilijk.” In dit panel heerst de overtuiging dat een bezoek aan het nieuwe stadsmuseum het repertoire van vrijetijdsactiviteiten van kansarmen kan verbreden waardoor de kwaliteit van hun leven verhoogt. Binnen het referentiekader van deze doelgroep is museumbezoek echter beslist niet vanzelfsprekend: het nieuwe stadsmuseum dient de kloof te dicht door museumbezoek voor te bereiden op scholen en in buurtcentra.

SPECIFIEKE ACTIVITEITEN

Toeleidingsprojecten

De vertegenwoordiger van de Dienst Kunsten geeft aan dat deze dienst als bemiddelaar naar wijken, andere diensten en potentieel publiek kan en wil fungeren. Dit kan bijvoorbeeld middels ‘toeleidingsprojecten’, waarmee in Gent al diverse ervaringen zijn opgedaan. In het kader van het project Ontdekkingsreizigers¹¹ komen museummedewerkers vooraf naar de buurt

11. Voor meer informatie over het project ‘Ontdekkingsreizigers’ zie de beschrijving betreffende Barbra Erhardt in Bijlage 1, (pagina 116).

om kinderen warm te maken, want: “Die kinderen zetten de stap naar het museum nooit uit eigen beweging.” De opening van het SMAK werd begeleid met buurtgerichte acties: er werden folders ‘in hun eigen taal’ verspreid en Gentenaars konden op een bepaalde dag een gratis rondleiding krijgen. Dit was een groot succes: “er deden wel 1.000 mensen aan mee.” Bovendien werden deze deelnemers opgenomen in een mailingbestand om ze later te kunnen aanschrijven voor gelijksoortige initiatieven. Een andere manier om mensen voor een museumbezoek te enthousiasmeren, is het organiseren van een reizende tentoonstelling langs de wijken waarbij ‘herkenbare buurtgenoten’ op video van hun enthousiasme voor het nieuwe museum getuigen, als een ‘voorproefje’ op het museumbezoek. Aangezien niet iedereen zich kan of wil identificeren met ‘de buurman’, zouden ook figuren als Jan Hoet en Arne Sierens hun bijdrage kunnen leveren aan zo’n video, die ook uitgezonden kan worden op de regionale televisie. Het Stadsmagazine kan ook als pr-instrument worden ingezet, want dat wordt door een breed publiek gelezen. Een ander idee is dat museummedewerkers of museumambassadeurs een presentatie op locatie geven: “Geen formele lezing, maar een voordracht waarbij een informele dialoog wordt aangegaan met het publiek.” Het directe contact tussen potentieel publiek en tentoonstellingsmaker of anderen die bij het museum betrokken zijn, acht men heel belangrijk: “die kan gepassioneerd over een tentoonstelling of het museum vertellen”.

Tentoonstellingsonderwerpen

Degenen die ervaringen hebben met uitstapjes naar een museum geven aan dat herkenbare onderwerpen het meest aanspreken, zoals die in het MIAT en de tentoonstelling ‘Het volk ten voeten uit’ in Antwerpen. Om zo dicht mogelijk bij de belevingswereld van hun achterban te blijven, is een stadsmuseum ideaal: dat gaat immers over hun eigen leefomgeving. Een ander voorbeeld van een expositie met onderwerpen die letterlijk dicht bij huis liggen, is de tentoonstelling Gentse Stadsgezichten in het Bijlokemuseum. Dit in 2000 gerealiseerde project betrof de eerste publieksactiviteit van Gent Cultuurstad en kwam tot stand in nauwe samenwerking met diverse onderdelen van de Dienst Culturele Zaken van de Stad Gent. Tevens werden veel Gentenaars bij deze tentoonstelling betrokken, omdat hen gevraagd werd foto’s en documenten aan te leveren (Hendryckx 2001)¹². De verwachting is dat met onderwerpen die de eigen buurt betreffen, nieuw publiek over de drempel van het museum kan worden getrokken, dat daarna terugkomt voor onderwerpen die verder van hun bed liggen. Tevens leeft binnen dit panel de overtuiging dat indien erfgoed uit de eigen buurt centraal staat de waardering voor deze objecten zal toenemen. Oude industriële gebouwen waarvoor wijkbewoners zich aanvankelijk schamen, worden als gevolg van de museale aandacht meer als objecten beschouwd die de wijk prestige verlenen. Ook de interesse

12. Het is overigens opmerkelijk dat deze panelleden zeer te spreken zijn over deze tentoonstellingsvorm en de affiches van Gentse Stadsgezichten ook kennen, maar de tentoonstelling desalniettemin niet bezochten.

voor erfgoed in andere wijken zou daardoor kunnen groeien. Het idee is geopperd om de geschiedenis van de verschillende Gentse wijken om de beurt aan bod te laten komen. In het kader van de wens dat ook de toekomst aan de orde komt in het nieuwe stadsmuseum zouden tevens stadsvernieuwingsplannen aan de orde kunnen komen en het denkproces dat daaraan ten grondslag ligt. Daarnaast ziet dit panel ook veel heil in onderwerpen die de tendingraadse volksaard van de Gentenaar markeren.

Rondleidingen door het museum

Museumrondleidingen door gidsen wordt als een prima instrument beschouwd om onervaren publiek te laten kennismaken met het museum. De vertegenwoordigster van het Centrum Algemeen Welzijn (CAW) geeft aan: “Thuislozen vervelen zich vaak. Met grote inspanning kan men ze meertrekken: ze hoeven dan even niet aan hun problemen te denken.” Uit haar ervaring blijkt dat ook mensen met psychiatrische problemen van een museumbezoek kunnen genieten: “Door gezamenlijke uitstapjes wordt een netwerk opgebouwd en ontstaat groepsvorming. Daardoor komen ze uit hun isolement.” Het CAW organiseert zelf geen excursies, maar wil de eigen achterban wel graag stimuleren om zich aan te sluiten bij excursies van andere organisaties. Ook is het mogelijk dat hulpverleners uit de residentiële centra met kleine groepjes naar het stadsmuseum gaan. Om dit te stimuleren kan het CAW activiteiten van het stadsmuseum afficheren in de kalenders van de deelwerkingen. “Bij het rondleiden van zulke groepen dient de gids vooraf wel goed geïnformeerd te worden. Sommige meer ‘kwetsbare’ mensen dienen veel ruimte te krijgen. Zij moeten het museum op hun eigen manier kunnen beleven en zo veel mogelijk met rust gelaten worden.” Daarvoor moet het om kleine groepen gaan (maximaal 10 deelnemers) en het programma mag niet langer dan één uur duren en voldoende pauzes bevatten. Minder ‘kwetsbare’ groepen kunnen groter zijn, maar het rondleiden van onervaren museumpubliek mag nooit langer duren dan een uur.

Stadstours

Het stadsmuseum kan ook rondleidingen door de stad of een bepaalde buurt organiseren voor Gentenaars in samenwerking met de diverse gidsenorganisaties. “Tijdens een stadswandeling ziet men de stad in levende lijve.” Inspirerende voorbeelden zijn de thematische wandelingen die tijdens de Gentse Feesten worden georganiseerd. Een deel van die rondleidingen wordt verzorgd door acteurs, die een personage vertolken en de stad vanuit een bepaalde invalshoek bekijken. Een groot deel van degenen die daaraan deelnemen is afkomstig van buiten de stad, maar zo’n theatrale stadstour – die deels per boot plaatsvindt – is ook voor Gentenaars leuk en interessant. Met gedurfde thema’s (bijvoorbeeld: prostitutie of voor jongeren graffiti) kan het museum veel volk bereiken¹³.

13. Beide thema’s komen overigens al aan de orde in enkele themawandelingen die de Gentse gidsverenigingen organiseren.

'Outreachactiviteiten'

'Outreachactiviteiten' zijn projecten waarbij musea nadrukkelijk contact zoeken met groepen die de instelling normaal niet bezoeken, door middel van samenwerkingsprojecten met organisaties voor minderheden, wijkorganisaties, gezondheidszorg of scholen¹⁴. Het panel met intermediairs van onervaren publiek is zeer te spreken over dit type activiteiten, waarmee in Gent reeds positieve ervaringen zijn opgedaan. Bijvoorbeeld in de vorm van workshops door kunstenaars die exposeerden in het SMAK en door een project met het Publiekstheater. Dit panel ziet ook veel in 'oral history'-projecten conform wat is gebeurd bij Gentse Stadsgezichten. "Door zulke activiteiten wordt het nieuwe stadsmuseum een dynamisch museum, waar plaats is voor inbreng van de mensen zelf. Ze kunnen hun eigen kennis en achtergrond inbrengen: we gaan er te veel van uit dat wij meer weten dan zij." Andere vormen van 'partnership exhibitions'¹⁵ spreken ook aan: "Een tijd geleden werkten mensen mee aan een fototentoonstelling in de bibliotheek. Hierdoor werden mensen bereikt die nooit in de bibliotheek komen. Je kan op deze manier dus nieuwe publieksgroepen aanboren. Het rijke verenigingsleven en de jeugdbewegingen vormen een enorm potentieel dat benut kan worden." Ook projecten waarbij mensen zelf een tentoonstelling samenstellen door stukken uit de collectie te kiezen en die verbinden aan voorwerpen uit hun eigen omgeving met een bijhorend verhaal worden toegejuicht. Zo'n tentoonstelling trekt nieuw publiek dat dan meteen door de rest van het museum loopt en kennis maakt met het hele museum. Het inzoomen op een buurtgenoot vindt men een aansprekende methode: "Daarmee kunnen niet alleen senioren worden bereikt, die opleven omdat het gebodene herkenning biedt, maar ook jongeren. Die worden dan 'op het podium geplaatst'. Dat is ook goed voor hun zelfbeeld."

Evenementen

Tot slot acht men ook het organiseren van evenementen zoals het Erfgoedweekend of de 'SMAK-fuiven' zinvol, ook al hebben die vaak een masaal en daardoor een enigszins oppervlakkig karakter. Opmerkingen hierover zijn:

- Een evenement in het museum, waarbij van alles door elkaar loopt, maakt het levendiger, minder droog. Zelfs als mensen alleen door het museum lopen, zijn ze er toch eens geweest. Ze worden al iets vertrouwd met het museum
- Vanuit de ontspanningsgedachte komen de mensen dan toch naar het museum.
- Zo worden er ook mensen bereikt, die anders niet komen.

14. Voor algemene voorbeelden uit de museumwereld zie: Hamersveld 1998, Adriaenssens, Capenberghs en De Rynck 1998, Erfgoed Actueel 1999 en Elffers 2000. Voor voorbeelden gericht op stedenbouwkundige onderwerpen zie: Ranshuysen 1999b, en voor voorbeelden uit de theaterwereld: zie Elffers 2001.

15. 'Partnership exhibitions' zijn een specifieke vorm van 'outreachactiviteiten', waarbij in nauwe samenwerking met een bepaalde doelgroep een tentoonstelling wordt ontwikkeld.

- Als bekendmakingsinstrument voor het lokale publiek is zo'n evenement efficiënt en sensibiliserend.

Men acht het echter nog zinvoller als dergelijke evenementen meer worden gespreid, bijvoorbeeld door na de opening van het museum de Gentenaars een tijdlang gratis toegang te verlenen of door een evenement enkele keren per jaar te herhalen.

ALLOCHTONEN

BELEMMERINGEN VOOR MUSEUMBEZOEK

Inzichten uit eerder onderzoek

In de inleiding van dit onderzoeksverslag is aangegeven dat veel musea er nauwelijks in slagen om allochtonen te bereiken. Uit een analyse van Nederlands onderzoek naar de cultuurdeelname (Ranshuysen 1999a) komen de volgende vier oorzaken naar voren. In de eerste plaats sluit het museaal aanbod vaak niet aan op de interesses en voorkeuren van allochtonen. Ten tweede wordt er binnen het culturele circuit doorgaans weinig samengewerkt met allochtone organisaties. Ten derde bereiken de door musea gebruikte pr-middelen veelal geen allochtonen. Dit komt doordat bij de promotie van cultureel aanbod veelal een groot accent ligt op communicatie via de schriftelijke autochtone media en die worden door veel allochtonen nauwelijks geraadpleegd. Ten vierde ontbreekt het in de persoonlijke netwerken van veel allochtonen aan stimulansen om deel te nemen aan de westerse samenleving. Hierdoor zijn ze niet alleen minder geneigd tot deelname aan de gevestigde cultuur, maar ook minder succesvol in hun schoolcarrières. Ter sprake kwam al dat de genoten opleiding van groot belang is voor cultuurdeelname: de lagere opleiding van allochtonen zorgt dus voor een extra belemmering. Er zijn al met al belangrijke obstakels die de cultuurdeelname van allochtonen bemoeilijken. Die kunnen alleen overwonnen worden door intensieve cultuureducatie in het onderwijs en samenwerkingsprojecten met allochtone organisaties.

Visies van de panelleden

Bij dit onderzoek is slechts met vier vertegenwoordigers van allochtonenorganisaties gesproken, hun bevindingen geven dus slechts een beperkt maar wel behartigswaardig inzicht in wat er kan spelen bij de brede en diverse doelgroep allochtonen. Het panellid dat Nederlandse les geeft aan volwassen allochtonen vertelt: "Mijn leerlingen kijken vooral televisie, in de eerste plaats naar zenders uit eigen land vanwege de taalbarrière, maar ze proberen ook de Vlaamse programma's te bekijken. Hun gebrekkige taalkennis maakt onzeker, waardoor ze liever thuisblijven." Met name oudere allochto-

nen hebben vaak geen beeld van wat een museum inhoudt. Toch signaleert dit panel wel een duidelijke interesse voor musea bij hun achterban. "Bij de tweede en derde generatie is een besef dat daar belangrijke en waardevolle voorwerpen te zien zijn". Bij die generaties speelt het taalprobleem dan ook geen rol omdat ze opgegroeid zijn in Vlaanderen. Toch blijven musea als gevolg van culturele drempels voor veel allochtonen vaak "een ver-van-mijn-bed-show". Hierdoor komt men er niet snel toe om op eigen gelegenheid naar een museum te gaan. Indien allochtonen een museum bezoeken buiten het kader van een groepsexcursie met school of de taal cursus zijn ze vaak meegenomen door autochtone vrienden. "Helaas zijn de contacten tussen allochtonen en autochtonen erg beperkt, waardoor we niet vaak op zo'n manier worden geïntroduceerd", vertelt een Turks panellid. Door onbekendheid met het fenomeen museum vormt de entreprijs ook een obstakel: "Als je niet weet wat je daar kan verwachten, ga je er ook niet voor betalen".

Aanknopingspunten in de exposities

Indien het nieuwe stadsmuseum allochtonen wil bereiken, dient deze doelgroep eerst meer vertrouwd te raken met het fenomeen museum. Bij de jongste generaties gebeurt dat op school, de oudere generaties kunnen worden bereikt via zelforganisaties van allochtonen. Zo organiseren de allochtone vrouwenverenigingen die in het discussiepanel zijn vertegenwoordigd culturele excursies. "De combinatie cultuur-ontspanning en het educatieve aspect is dan belangrijk: we willen dat onze achterban kennismaakt met de cultuur en de wereld waarin ze leven. De overeenkomsten met hun eigen leefwereld zijn daarbij belangrijke aandachtspunten". Voor culturele excursies is vaak een directe aanleiding nodig: "Zo zijn we eens naar een balletuitvoering gegaan omdat daarin een Turkse ballerina optrad". Aan deze excursies doen vooral hoger opgeleide vrouwen mee. Toch zijn er musea die voldoende aanknopingspunten bieden voor een breder bereik van allochtonen, zoals het Huis van Alijn ("waar je de objecten mag aanraken") en het Mijnmuseum. Ten aanzien van dit laatste museum is opgemerkt: "De Turkse gemeenschap van Gent is niet bekend met de ontwikkelingen bij de Turkse mijnwerkers in Vlaanderen. In de mijnen is veel minder sprake van hiërarchie dan in de gewone samenleving. Je moest daar samen overleven – allochtonen en autochtonen – en dat had invloed op de integratie: die verloopt dan gemakkelijker. Dat is interessant om te laten zien." Een ander voorbeeld biedt de expositie over de Perzen in de Sint-Pietersabdij: "die bood een stuk herkenbare geschiedenis". "Bij een bezoek aan zo'n soort tentoonstelling kan je vanuit herkenbare dingen benadrukken welke onderdelen tot je eigen cultuur behoren en welke contrasten er zijn tussen verschillende culturen." Zulke aanknopingspunten kunnen dus aanleiding geven tot een eerste museumbezoek. Als dat een positieve ervaring oplevert, stapt men een volgende keer gemakkelijker een museum in.

SPECIFIEKE ACTIVITEITEN

Op allochtone kinderen gerichte activiteiten

Reeds aan de orde kwam dat kinderen een belangrijke intermediair zijn om hun ouders te bereiken. Als allochtone kinderen worden aangesproken door een expositie, zullen zij wellicht hun ouders prikkelen om met hen mee te gaan. De suggesties ter bevordering van de kindvriendelijkheid in het volgende hoofdstuk zijn daarom ook zeer relevant voor de doelgroep allochtonen. In marketing gericht op allochtone gezinnen dient echter voor ogen te staan dat de kinderen zelf – meer dan bij autochtone gezinnen – het voortouw zullen nemen. Er zal dus gezocht moeten worden naar pr-activiteiten die een appel doen op de allochtone jeugd. Het panel denkt daarbij aan een reizende expositie (bijvoorbeeld in een bus of container) langs scholen, bibliotheken, markten, buurthuizen of buurtfeesten. In deze expositie is een korte videovertoning opgenomen – niet meer dan 5 minuten – die kinderen informeert over het nieuwe museum. Deze expositie kan vooraf worden aangekondigd door ansichtkaarten te verspreiden in de omgeving waar de expositie langs komt. Deze pr-middelen zijn in eerste instantie bedoeld om kinderen nieuwsgierig te maken. Het is echter wel belangrijk om ook aandacht te besteden aan hun ouders, zodat die gemakkelijker door hun kinderen overgehaald kunnen worden tot een museumbezoek. Daarom is het verstandig om in de huis-aan-huis rondgebrachte ansichtkaarten de reizende expositie ook in het Turks aan te kondigen en toe te lichten. Daarnaast is het belangrijk dat zo veel mogelijk allochtone organisaties worden voorgelicht over het bestaan en de bedoelingen van de reizende expositie, zodat er mond-tot-mondreclame op gang wordt gebracht. Het is goed mogelijk om deze suggesties in te bedden in de ‘toeleidingstrajecten’ die in het vorige hoofdstuk aan de orde kwamen.

Tentoonstellingsonderwerpen

Uit het voorafgaande bleek dat een tentoonstelling duidelijke aanknopingspunten dient te bieden om in museumbezoek onervaren allochtonen tot een bezoek te verleiden. Het kan hier gaan om onderwerpen die te maken hebben met de eigen herkomstcultuur of die ingaan op de eigen levenssituatie. In het eerste geval zouden in Gent levende allochtone kunstenaar belicht kunnen worden. In het tweede geval kan gedacht worden aan de volgende thema's:

- Veertig jaar immigratiegeschiedenis, met grote aandacht voor individuele situaties en herinneringen: hoe leeft een immigrant in Gent en hoe leefde hij voordat hij of zij naar Gent kwam?
- De bijdragen die de diverse etnische gemeenschappen aan het cultuur-aanbod in Gent leveren.
- De maatschappelijke positie van de Gentse allochtonen.
- In hoeverre verschillen de in Gent heersende normen en waarden met die in de diverse herkomstlanden?

Om allochtonen te bereiken met exposities over de geschiedenis van Gent of bij speciaal op allochtonen gerichte informatie daarover, kan het best vanuit de actualiteit wordt vertrokken, aangezien deze doelgroep veel meer binding heeft met het huidige Gent dan met het verleden van Gent. Uiteenlopende voorbeelden van interculturele museale projecten zijn te vinden in diverse Nederlandse publicaties (Hamerveld 1998, Mondriaanstichting / Nederlandse Museumvereniging 1999, Erfgoed Aktueel 1999).

‘Oral history’

De voorgestelde expositie over immigratiegeschiedenis zou heel goed op een ‘oral history’-traject kunnen aansluiten. Mensen kunnen daarin hun ervaringen goed vertellen: hoe het was om hier te komen en hoe de eerste contacten verliepen. Dat zal heel erg aanspreken. De vertegenwoordigster van het CDF (de federatie van landelijke Turkse verenigingen) vertelt dat deze organisatie een herinneringsproject heeft opgezet waarbij oudere Turken herinneringen ophaalden, dat heeft geleid tot een boekje en een video.

“Mensen werken daar graag aan mee omdat ze zo hun verhaal eens kwijt kunnen en wij willen graag nog zoiets doen in samenwerking met het stadsmuseum.” Een positieve bijwerking is dat de geïnterviewde ouderen als ambassadeur gaan optreden en veel mensen werven voor de expositie waarin ze te zien zijn. Bovendien sluit zo’n ‘oral history’-project aan op de behoefte aan speciale projecten voor allochtone senioren, die in het panel met seniorenvertegenwoordigers naar voor is gebracht. “Er is een grote vergeten groep allochtone senioren in Gent.”

Taallessen

De lerares Nederlands aan vluchtelingen zou graag buitenschoolse lessituaties in het nieuwe stadsmuseum integreren in haar taallessen: “Nu zijn die lessen te veel op grammatica gericht en te weinig op communicatie. We doen te weinig aan maatschappelijke oriëntatie, terwijl mijn leerlingen daar grote behoefte aan hebben.” Eventuele museale activiteiten voor haar groep dienen geschikt te zijn voor een groep van zo’n 20 personen. De deelnamekosten kunnen het best in overleg met de betreffende organisaties worden bepaald. Als uitgangspunt wordt vaak zo’n 2,50 euro per persoon genomen, maar voor velen is dit nog te hoog. Toch mogen er wel enige kosten aan verbonden zijn, want: “Als het gratis is heeft men er wellicht minder waardering voor.” Die taallessen in het museum zouden gekoppeld kunnen worden aan een stadsintroductieparkoers door het museum of door de stad.

Rondleidingen

De ideale uitstap voor allochtone groepen ziet er volgens de geraadpleegde panelleden als volgt uit.

De rondleiding gebeurt door een tweetalige gids of wordt begeleid door een tolk. Er nemen circa 15 personen aan deel, inclusief kinderen van de volwassen deelnemers. Er worden prikkelende doe- en kijkopdrachtjes aangeboden die de leerlingen spelenderwijs door het museum leiden. Bij som-

mige opstellingen kan een situatie uit een vroeger tijdperk worden nagespeeld met authentieke objecten: bijvoorbeeld de gang van zaken in een oude ziekenzaal. Bij de rondleiding is aandacht voor de gelijkenissen tussen de Gentse cultuur en geschiedenis en die van het herkomstland en wordt ingespeeld op het referentiekader van de deelnemers. Deze tour duurt 1 tot 2 uur, inclusief het napraten in een museumcafé, waar men warm wordt onthaald. Aan deze rondleiding zijn geen kosten verbonden.

Buitenactiviteiten

Het realiseren van aantrekkelijke picknickmogelijkheden op de Bijlokesite kan ook een impuls geven aan het bezoek aan het nieuwe museum door allochtone gezinnen. Indien dergelijke picknickplaatsen gerealiseerd worden, dient dit expliciet in de informatieverstrekking over het museum naar buiten te worden gebracht. Het organiseren van laagdrempelige buitenactiviteiten die aantrekkelijk zijn voor allochtone gezinnen is ook een goede manier om deze doelgroep vertrouwd te maken met de Bijlokesite. Gedacht kan worden aan kinderactiviteiten, een bazaar, filmvertoningen in de open lucht en podiumkunstitvoeringen. Hierbij dient een duidelijke link te worden gelegd naar de diverse herkomstculturen. Uit eerdere ervaringen blijkt dat dergelijke op allochtonen gerichte festivalactiviteiten rond een museum het bezoek aan dit museum kunnen bevorderen en dat in ieder geval de bekendheid van het betreffende museum in allochtone kringen enorm toeneemt (Ranshuysen 1990). Een goede manier om allochtone vrouwen aan te trekken is bijvoorbeeld het organiseren van demonstraties van oude weefgetouwen. Stadstours met huifkarren en boten zouden ook in de smaak kunnen vallen bij deze doelgroep.

GEZINNEN

MUSEUMBEZOEK MET KINDEREN

Ervaringen van de panelleden

Het panel van ouders van jonge kinderen representeert cultureel actieve ouders, die zelf werkzaam zijn in de cultuursector en veel tijd en energie willen steken in museumbezoek met hun kinderen. Zij vertegenwoordigen dus slechts een zeer gering deel van de doelgroep gezinnen. Door hun betrokkenheid met de sector konden zij echter wel nadenken over de behoeften en wensen van die veel bredere doelgroep.

Het instituut museum heeft zelfs bij de kinderen van deze museumliebhebbers geen positief imago. Ze vinden het er saai, schools en droog. Een voorstel om een museum te bezoeken ontlokt reacties zoals:

- Het weekend is al zo kort, moeten we dan ook nog naar een museum.
- Wat is daar nu voor ons te beleven.
- Daar moeten we met school ook al naar toe.

Wel blijken kinderen die 10 jaar of jonger zijn minder negatief te zijn dan oudere kinderen. De jongere kinderen zijn nieuwsgieriger en minder bevooroordeeld en zien eerder leuke mogelijkheden rond een museumuitstapje. Naar aanleiding van divers onderzoek naar de belangstelling voor cultuur is overigens geconstateerd dat kinderen in de pubertijd zich in hun smaakvoorkeuren laten leiden door hun leeftijdgenoten en bij die groep zijn musea veelal verre van populair (Ranshuysen 1999a). Aangezien kinderen op steeds jongere leeftijd de pubertijd in gaan, wordt het steeds lastiger om kinderen te enthousiasmeren voor museumbezoek. Door aantrekkelijke randvoorwaarden te creëren (“er mag een vriendje mee en erna gaan we ‘warme appeltaart’ eten”) en door uitleg te geven over het thema van de te bezoeken expositie lukt dat de geraadpleegde ouders nog wel. Zij vinden dat musea een leerrijke omgeving bieden waar hun kinderen door de confrontatie met unieke objecten zonder veel inspanning verrassende en ontroerende ervaringen op kunnen doen. De kosten van een museumbezoek mogen daarom best oplopen.

In het museum zelf blijven deze ouders hun kinderen stimuleren. Zo laat één van hen zijn kinderen tekenen in het museum: “Dan zijn ze creatief

bezig en leren toch over wat er te zien is”. Het mag duidelijk zijn dat veel ouders niet zo’n stimulerende attitude hebben en dat het nieuwe museum alle zeilen moet bijzetten om die ouders en hun kinderen een plezierige ervaring te bieden.

De ideale museumuitstap

Het ideale gezinsuitstapje naar een museum ziet er volgens de geraadpleegde panelleden als volgt uit.

Op zondagmiddag met het gehele gezin op stap vergezeld door vrienden van de kinderen, zodat er leeftijdgenootjes bij zijn. Bij voorkeur met het openbaar vervoer naar een goed bereikbaar museum in de buurt of naar een verder weg gelegen museum, waarbij de reis er naar toe een extra attractie vormt. De kinderen zijn al bekend met het te bezoeken museum door een aantrekkelijke ansichtkaart met informatie erover, waardoor ze gemakkelijk mee te krijgen zijn. Via een prettige ontvangstruimte wordt zonder oponthoudt bij de kassa een spannend maar ook grappig museum betreden, waar naast veel te zien ook veel te doen is. De kinderen krijgen bijvoorbeeld de kans om iets te maken, dat ze mee naar huis kunnen nemen. Het is ook leuk als kinderen zich kunnen verkleeden: “in de Sint-Pietersabdij konden kinderen bijvoorbeeld een monnikspij dragen”. Het museum is zo ingericht dat je het op eigen tempo met elkaar en zonder verdere begeleiding kan ontdekken. Er is een soort spel (“geen speurtocht want dat leidt te veel af van het kijken”) dat als een rode draad door het museum leidt. Tijdens de rondgang zijn er rust- en kijkmomenten ingebouwd: daarvoor zijn overal tweekitbankjes opgesteld, zodat ouders een bepaald onderdeel ontspannen, samen met hun kinderen, kunnen bekijken en bespreken. Er is een leuke museumshop (“waar je aparte souvenir-tjes kan kopen”) en er is een museumcafé dat met het assortiment aansluit op de specifieke sfeer en de collectie van het museum. Dit bezoek levert een indrukwekkende ervaring op, waardoor de kinderen graag nog eens terug willen komen. Bij kinderen van circa 10 jaar sluit de sfeer van het Schoolmuseum en de Hortus goed aan, een museum als het SMAK valt meer in de smaak bij oudere kinderen.

SPECIFIEKE ACTIVITEITEN

Kindvriendelijke sfeer

Belangrijk is dat kinderen zich welkom voelen in het museum. Uit publieksonderzoek in 25 Vlaamse musea blijkt dat musea zich meer zouden kunnen inspannen om kindvriendelijk te zijn, aangezien slechts een derde van het publiek de onderzochte musea als aantrekkelijk voor kinderen beschouwt

(Ranshuysen 2001). Als voorbeeld van een gebrekkige gerichtheid op kinderen wordt een expositie in het Design museum genoemd: “Daar werd een honderdtal stoelen geëxposeerd, maar kinderen mochten daar niet op zitten, terwijl een stoel daar toch heel erg toe uitnodigt”. Het SMAK doet dat beter beaamt een ander: “Je vindt er vijf schilderijen waar je duidelijk niet aan mag zitten, maar er staat een knuffelbeest bij waar kinderen zich kunnen installeren”. Het nieuwe museum dient een plek te worden waar altijd iets te beleven valt voor het hele gezin en waar kinderen kunnen kiezen wat ze gaan doen. De Bijlokesite moet zo leuk worden dat gezinnen er ook heen gaan om even van de sfeer te genieten en wat te drinken: “Als ze er dan zijn kunnen ze altijd nog beslissen dat ze een onderdeel van het museum gaan bezoeken”. Het is beter te investeren in een permanent levendige museum-site dan in ad hoc evenementen en kindertentoonstellingen. Deze visies sluiten aan op de conclusie uit Nederlands publieksonderzoek dat het voor het bereiken van gezinnen veel belangrijker is om het museum als geheel te promoten – met alle ingrediënten die het heeft – dan via tijdelijke exposities (Ranshuysen 1991a). Een strikte scheiding tussen ruimtes voor kinderen en volwassenen hoeft voor de geraadpleegde ouders niet, aangezien ze een museum graag samen met hun kinderen willen beleven. Bovendien ontnem je kinderen met een aparte kinderafdeling belangrijke ervaringen. Dit is vergeleken met een kindermenu in een restaurant: “Je verplicht kinderen om gekende, simpele dingen te eten en onthoudt ze de mogelijkheid om iets nieuws te ervaren.” De geraadpleegde ouders voelen veel voor een geïntegreerde aanpak, dat wil zeggen dat er voor kinderen iets te zien is op hun ooghoogte waarbij ook de tekst is aangepast aan hun referentiekader. Maar ook hierbij schuilt het gevaar van ‘infantiliseren’, dus: “Dit moet heel weloverwogen gebeuren”. Overlast door kinderen moet uiteraard beperkt worden, maar “een beetje lawaai moet kunnen: de sacrale sfeer mag best een beetje doorbroken worden”. Om die reden acht men een dempende akoestiek van belang. “Als kinderen voortdurende gecorrigeerd dienen te worden, voelen ze zich niet welkom”.

Inrichting van tentoonstellingen

De exposities moeten er niet allemaal te ‘gelikt’ uitzien. “Ons historisch patrimonium wordt dikwijls te mooi getoond: netjes uitgelicht en goed verwarmd. Het is beter om sommige afdelingen meer ervaringsgericht in te vullen: zonder licht en verwarming en met de benauwdheid en stank van de Middeleeuwen. Dan hoeft er al haast geen uitleg meer bij omdat kinderen zich direct kunnen inleven in hoe het vroeger was”.

Thema’s die kinderen aanspreken zijn onderwerpen die heel concreet en inleefbaar zijn, zoals:

- Ziekenzorg door de tijd heen.
- WC-gebruik door de tijden.
- Ridders.
- Feesten.

Deze onderwerpen zijn overigens ook vaak aansprekend voor andere doelgroepen. Anekdoten spreken aan: “objectieve informatie moet er wel bij, maar niet te nadrukkelijk.” Het interactieve, op kinderen gerichte karakter van In Flanders Field werkt volgens de geraadpleegde ouders van jonge kinderen de eerste twintig minuten, maar daarna is de aandacht weg. “Kinderen zijn al zo veel gewend van de televisie en de bioscoop, dat het audiovisuele aanbod in musea al snel gaat vervelen.” Daarom dient er gezocht te worden naar andere presentatiemiddelen, die meer gebruik maken van de unieke objecten in het museum, want “er moeten echte dingen worden getoond, met hun verhalen. Authenticiteit is belangrijk”. Men wenst een confrontatie met echte voorwerpen, omdat die aanspreken door hun ouderdom, schoonheid of mysterieuze karakter.

Rondleidingen

Ook bij de geraadpleegde ouders is de rondleiding populair. “Kinderen worden dan niet alleen met vitrines geconfronteerd, maar ze worden gestimuleerd om het tentoongestelde echt goed te bekijken.” Goede ervaringen zijn opgedaan in het Museum voor Schone Kunsten: daar werden kinderen kort rondgeleid (circa 15 minuten) en konden ze vervolgens aan de slag in een workshop. Die combinatie biedt de nodige afwisseling. In ieder geval is het belangrijk dat ook de ouders – of andere volwassenen waarmee het kind het museum bezoekt – aan de rondleiding deelnemen. Het is een goed idee om regelmatig zulke rondleidingen aan te bieden. Hierbij zouden deels jeugdige gidsen ingezet kunnen worden: kinderen die een korte cursus of workshop volgen in het museum en dan zelf hun ouders en anderen mogen rondleiden.

Stadstours

Het kan ook aantrekkelijk zijn om in gezinsverband aan een stadstour deel te nemen, bijvoorbeeld in het kader van een verjaardagsfeestje: “Het is belangrijk dat Gentenaars zoiets krijgen aangeboden, want dat maakt al die toeristische tours en de exploitatie van hun stad beter verteerbaar”. Een stadstour voor gezinnen uit Gent en omgeving zou zich niet hoeven beperken tot de cultuur-historisch interessante stadsdelen, maar kan ook andere onderdelen van de stad behandelen. Het is bijvoorbeeld een idee om mensen een routebeschrijving met kijktips mee te geven, waarmee ze eerst met het openbaar vervoer naar een bepaalde wijk worden gestuurd om van daaruit te voet richting centrum te lopen: “Zo kan men zelf nieuwe aspecten van de stad ontdekken en spelen toevalligheden mee.” Het hanteren van nieuwe invalshoeken en een niet te strakke begeleiding, zoals *Vizit* dat doet met themawandelingen, spreekt ook erg aan¹⁶.

16. *Vizit* is een 'alternatieve' gidsenorganisatie, zie de beschrijving van de diverse gidsenorganisaties in Bijlage 1 bij de intermediairs uit de toeristische sector.

Museumsite

Reeds aan de orde kwam dat het noodzakelijk is dat er speciale jeugdpagina's op de stadsmuseumwebsite worden gerealiseerd. De panelleden waar schuwen ervoor dat de bouwer van zo'n website kinderen niet moet onderschatten, dus: “ook hierbij niet te veel op de hurken gaan zitten”. Wel moeten er stimulansen worden ingebouwd die de jonge websitebezoeker vasthouden en prikkelen om terug te komen. Dit kan bijvoorbeeld door: spelletjes, opdrachten (zoals: zelf een expositie inrichten), quizzen, clubpagina's waar jonge bezoekers recensies van hun museumbezoek kunnen achterlaten of een brievenbus waar emailberichten naartoe verzonden kunnen worden. De jeugdpagina's van de website zouden aangekondigd kunnen worden in jeugdtijdschriften, zoals:

- Klasse: wordt maandelijks gratis meegegeven aan kleuters en leerlingen in het lager onderwijs tot en met de eerste graad.
- Yeti: blad voor het vijfde en zesde leerjaar.
- Maks!: een jongerenkrant voor leerlingen uit het secundair onderwijs.

SENIOREN

BELEMMERINGEN VOOR MUSEUMBEZOEK

Uitkomsten uit eerder onderzoek

Uit onderzoek onder het publiek van 25 Vlaamse musea blijkt dat 65-plussers daarin sterk ondervertegenwoordigd zijn, veel meer dan bij Nederlands museumpubliek het geval is (Ranshuysen 2001). Uit onderzoek onder Nederlands museumpubliek (onder andere: Ranshuysen 2000b) blijkt dat senioren die musea bezoeken veel hoger zijn opgeleid dan degenen die dit niet doen¹⁷. Kennelijk hebben musea een hoge drempel voor lager opgeleide ouderen. Deze uitkomsten pleiten ervoor dat het nieuwe museum zich extra gaat inspannen om oudere, onervaren senioren te trekken. Jongere senioren (de 50 tot 65-jarigen) zijn vaak fervente museumbezoekers zo blijkt uit divers publieksonderzoek: deze leeftijdsgroep vormt daarom een veel gemakkelijker te bereiken doelgroep. Uit elk onderzoek onder museumpubliek blijkt telkens weer dat senioren relatief vaak belangstelling hebben voor cultuurhistorische musea: het beoogde stadsmuseum heeft dus extra kansen om jonge senioren goed te bereiken.

Visies van de panelleden

De zeven leden van het 'seniorenpanel' vertegenwoordigen zeer uiteenlopende typen ouderen. De vertegenwoordigers van de leergang 'Wetenschappelijke nascholing' van de RUG en van de Federatie Academies Plus 3, die cursussen voor ouderen organiseren, hebben bijvoorbeeld een achterban van zeer cultureel actieve mensen. De overige vertegenwoordigde organisaties representeren veelal minder culturele senioren, die vaak ook ouder zijn. De panelleden bevestigen de conclusie die hiervoor op basis van eerder publieksonderzoek is getrokken, namelijk dat deze twee groepen sterk verschillen in hun houding ten opzichte van musea. De cultureel actieve senioren zijn "intellectueel actief en geïnteresseerd" en hebben positieve associaties bij het begrip museum, zoals:

17. Deze samenhang tussen museumbezoek en genoten opleiding doet zich ook voor bij jongere generaties, maar bij jongere mensen is dit verband minder groot.

- Een leerrijke omgeving (maar soms 'te belerend').
- Een ontdekkingsstocht.
- Op een ontspannen manier informatie opdoen.
- Nostalgie en bezinning.
- Reizen door de tijd.
- Bekende kunstenaars.
- Veelzijdigheid van thema's.

Dit type senioren schrijft zich gretig in op culturele uitstapjes en bezoekt ook individueel musea. Voor hen spelen toegangsprijzen geen rol en zijn er ook weinig andere belemmeringen. Senioren die weinig cultureel actief zijn, zijn vaak ook minder mobiel. De drukte in musea en in het openbaar vervoer schrikt hen af. Bovendien hebben ze minder interesse voor hetgeen musea te bieden hebben. Ze hebben meer negatieve associaties, zoals:

- Saaie bedoening met doffe kamers.
- Een vermoeiende omgeving.
- Niet voor ouderen, want het publiek is te jong en te geleerd.
- Vaak moeilijk te bereiken.
- Biedt geen mogelijkheid tot contact met anderen.
- Slecht leesbare teksten.
- Hoge entreprijzen.

Toch vermoeden de panelleden dat er binnen deze laatste groep mensen zijn die wel plezier aan museumbezoek zouden kunnen beleven. "Indien een museumbezoek goed voor hen wordt georganiseerd, zouden ze wel gaan, maar zo iets moet opgebouwd worden: daar zijn verschillende verenigingen mee bezig". Voor deze groep is het sociale aspect van een museumexcursie van groot belang: "men is er even uit en komt onder de mensen"

SPECIFIEKE ACTIVITEITEN

Seniorvriendelijkheid

Bij de discussie over de inrichting van het nieuwe museum brengt dit panel zeer concrete wensen in. Zo dient het nieuwe museum in te spelen op de soms gebrekkige mobiliteit van senioren. Dat wil zeggen dat er voldoende rustplaatsen en liften moeten zijn en niet te veel trappen. Voorts moeten alle afdelingen – ook de liften – goed toegankelijk zijn voor rolstoelen. Tevens dienen er voldoende toiletten te zijn, die goed zijn aangeduid. Tot slot is het van belang dat zaal- en objectteksten duidelijk leesbaar zijn ("grote letters") en de teksten dienen overzichtelijk te zijn: "Lange, moeilijke teksten moeten worden vermeden." Cultureel actieve senioren stellen het op prijs als er documentatie met achtergrondinformatie beschikbaar is, ook om mee naar

huis te nemen. De opmaak van deze documentatie dient ook rustig en goed leesbaar te zijn.

Met name de minder cultureel ervaren senioren zullen anekdotische informatie op prijs stellen. “Verhalen over bepaalde figuren en getuigenissen op band maken een museumbezoek aangenamer voor hen, omdat het een zekere sfeer creëert.” Het panel meent dat deze doelgroep ambachtelijke demonstraties en ‘living history’ – waarbij acteurs een bepaalde historische situatie naspelen – ook aantrekkelijk vinden. Dat senioren gevoelig zijn voor zulke activiteiten blijkt overigens ook uit eerder publieksonderzoek (Ranshuysen 1991b). Er is opgemerkt dat er onder senioren geschikte personen zijn te vinden die zouden kunnen en willen figureren bij ‘living history-projecten’, dit gebeurt bijvoorbeeld ook al in het MIAT. “Wanneer je dit combineert met een opleiding, kunnen deze ouderen zeker veel informatie overdragen op een zeer bevattelijke en visuele manier.”

Net als de overige doelgroepen vinden ook senioren het prettig als ze kunnen aansluiten bij een rondleiding. Indien het museum voor iedereen toegankelijke rondleidingen gaat organiseren, is het prettig als er bij deze rondleidingen rekening wordt gehouden met ouderen: dat wil zeggen extra aandacht voor verstaanbaarheid en tijdens de rondleiding gelegenheid geven om even te zitten. Dat laatste kan eventueel door lichte opklapbare stoeltjes mee te geven. Reeds aan de orde kwam dat senioren hoogstwaarschijnlijk graag gebruik zullen maken van een ‘nostalgisch parkoers’ langs topics uit hun eigen verleden.

Toeleidingstrajecten

Er is geconstateerd dat het veel inspanning zal vergen om de niet cultureel actieve senior tot een museumbezoek te verleiden. Naast het aanbieden van aantrekkelijke middagexcursies is het ontwikkelen van toeleidingstrajecten zoals die reeds zijn uitgewerkt in het hoofdstuk over onervaren museumpubliek een goede gedachte. Een reizende expositie acht dit panel ook voor hun achterban een goed idee. Korte informatieve videovertoningen of lezingen op de diverse locaties waar ouderen samenkomen, kunnen ook effectief zijn. Wel is men van mening dat het belangrijk is dat zowel een reizende expositie als een videovertoning worden begeleid door enthousiaste museumambassadeurs. Juist senioren zouden tot zulke ambassadeurs ‘opgeleid’ kunnen worden: “Die hebben daar tijd voor en ze beschikken vaak over grote affiniteit met het Gentse culturele erfgoed”.

Tentoonstellingsonderwerpen

Dit panel veronderstelt dat senioren belangstelling hebben voor veel van de historische onderwerpen die in het eerste deel van dit rapport zijn aangedragen, met name: de Gentse Voormannen van de arbeidersbeweging, de geschiedenis van de Vooruit en de vernederlandsing van de RUG. Overige ingebrachte onderwerpen zijn:

- De katoennijverheid: “omdat heel veel Gentenaren hierin werkten”. Daar is veel aan te koppelen, zoals: het ontstaan van de vakbonden, de

werkomstandigheden in die tijd, de emancipatie van de arbeiders, de evolutie van de spinnerijen die recent een nieuwe bestemming kregen als loft. Met dit laatst vindt een terugkoppeling naar het heden plaats.

- De emancipatie van de vrouw, gezien het grote aantal huisvrouwen binnen deze doelgroep.
- Het rijke cultuuraanbod en de geschiedenis daarvan.
- De veelkleurigheid van de stad, want: “dit blijkt een realiteit die vele senioren nog niet aanvaarden en onderkennen”.
- De invloed van de grote studentenpopulatie in de stad en het belang van de studentenverenigingen.
- Het belang van de universiteit. Hierbij zou aandacht besteed kunnen worden aan “het dichter bij de mensen brengen van de RUG, bijvoorbeeld door de resultaten van belangwekkende onderzoeken op een aansprekende manier naar buiten te brengen.
- Het belang van legaten: “die kunnen belicht worden (bijvoorbeeld een verzameling strijkijzers). Er moet iets gedaan worden met al deze schenkingen: ze moeten ontsloten, bestudeerd, aangevuld en getoond worden”.
- De 19de-eeuwse gordel zou belicht kunnen worden, want daar leven veel senioren.

Excursies voor niet cultureel actieve senioren

In de vorige paragraaf kwam aan de orde dat het sociale aspect voor niet cultureel actieve senioren een grote rol speelt, mede omdat een deel van deze senioren ook weinig mobiel zijn, waardoor ze in een isolement kunnen raken. Voor deze groep is het van belang dat excursies herhaald worden, zodat er groepsvorming ontstaat: “mensen vinden dan aansluiting en sporen elkaar aan”. Voordeel van groepsbezoek is ook dat het museumbezoek daardoor goedkoper wordt. Het nieuwe stadsmuseum zou zich goed voor herhaald groepsbezoek kunnen lenen, omdat er diverse, sterk uiteenlopende afdelingen zullen komen. De ideale excursie naar het stadsmuseum voor de niet cultureel actieve senior ziet er als volgt uit. Het vervoer is goed geregeld, men wordt gehaald en gebracht naar locaties in de buurt van waar men woont. Men vertrekt om circa 14.00 uur en is om circa 18.00 uur weer terug. Het uitstapje heeft een sterk recreatief en sociaal karakter: gezelligheid is belangrijk, op ontspannen wijze doen de deelnemers tevens nieuwe informatie op. De groep wordt door het museum geleid door een gids, die voldoet aan de al eerder beschreven voorwaarden. Dat wil zeggen: er is een voorbereidend gesprek waardoor de gids optimaal in kan spelen op de groep en de gids legt zo veel mogelijk persoonlijk contact met de deelnemers en is goed te verstaan. Een gids neemt maximaal 20 mensen mee, dus als de groep groter is wordt die opgesplitst en verdeeld over meerdere gidsen. Er is een ruime pauze ingelast en na afloop van de rondgang is er een “gezellige nazit” in het museum. De deelnameprijs is inclusief alle kosten (ook de consumpties) en bedraagt circa 10 euro. De mogelijkheid om een souvenir of catalogus aan te schaffen is voor deze groep niet zo belangrijk. Deze excursie

sie kan worden aangeboden via buurt- en clubhuizen en dienstencentra. Mochten er rolstoelen mee gaan dan dient daar uiteraard rekening mee te worden gehouden in het programma.

Excursies voor cultureel actieve senioren

De ideale groepsexcursie voor de cultureel actieve senioren ziet er heel anders uit. Die is meer inspannend en meer informatief. De groep vertrekt om 10.00 uur van een goed te bereiken verzamelplaats in de stad en is om 19.00 weer terug. Eerst maakt de groep een door een gids begeleide stadswandeling (inclusief een bezoek aan één of meerdere bezienswaardigheden). Tussen de middag is er een uitgebreide lunch voorzien in een gezellige ambiance. Vervolgens gaat men naar het museum, het vervoer erheen en weer terug naar de verzamelplaats is geregeld. In het museum wordt de groep eerst een uur rondgeleid door een gids, dan is er een theepauze in het museumcafetaria en daarna kan men het museum (inclusief museumwinkel) op eigen gelegenheid bekijken. Er wordt afgesloten met een gezellige drink. In de prijs is naast reis-, entree- en gidskosten ook documentatie inbegrepen. Lunch en consumpties zijn echter voor eigen rekening, zodat daar enige keuzevrijheid in is. Deze excursie kan worden aangeboden via organisaties die cursussen aanbieden aan ouderen. De leergang Wetenschappelijke Scholing organiseert overigens wel eens stadstours die aanhaken op thema's die in de cursussen aan bod komen. Dit zijn ook aantrekkelijke excursies voor deze groep. Zo'n thema is bijvoorbeeld het Lam Gods. Eerst is er een projectie van een DVD in comfortabele omstandigheden, gevolgd door bezoek aan het werk zelf en aan plaatsen die er mogelijk op zijn afgebeeld. Belangrijk is dat er voldoende afwisseling is: wandelen combineren met stilstaan met uitleg ("zo'n meeneemstoeltje kan hierbij ook goed van pas komen") of de deelnemers de gelegenheid geven om te zitten, regelmatige stops ("plaspauzes") en een stukjes met de boot en tram ("dat biedt ook gelegenheid om even uit te rusten"). Voor groepen van buiten Gent is het plezierig als ze na afloop de kans krijgen om nog wat door Gent te slenteren of van een terrasje te genieten.

Grootouderprojecten

Uit Nederlands publieksonderzoek blijkt dat senioren ook met kinderen – hun kleinkinderen – musea bezoeken. Dit panel bevestigt dat de rol van grootouders voor senioren heel belangrijk is. Ze worden ook steeds vaker ingeschakeld als oppas. "De sociale café's voor ouderen in clubhuizen krijgen daardoor weinig volk op de woensdagmiddag, want dan zorgen veel grootouders voor hun kleinkinderen." Het museum zou op woensdagmiddag ateliers kunnen organiseren waar grootouders naar toe kunnen met hun kleinkinderen". Ook zouden bepaalde exposities aantrekkelijk gemaakt kunnen worden voor grootouders en kleinkinderen. Er zijn twee thema's genoemd die deze twee doelgroepen aanspreken. Ten eerste de Gentse weeshuizen: "met 'kulders' – jongenswezen – en de 'blauwe meisjes' – de meisjeswezen -: die hadden een eigen fanfare met optochten". Ten tweede kin-

der- en jeugdboeken van vroeger. Met grootouderprojecten kan aangesloten worden op de 'de grootouderweek' die ieder jaar in november op scholen plaatsvindt. Iemand wijst erop dat je niet via de grootouders moet werven. "Je moet het andersom doen en er voor zorgen dat de kinderen de vragende partij zijn, bijvoorbeeld door informatieverbreiding via scholen. Grootouders weigeren niets aan hun kleinkinderen. Als het initiatief uitgaat van de grootouders krijg je reacties als 'we moeten mee met oma en opa'".

'Oral history'-projecten

Dit panel ziet veel mogelijkheden in de al eerder genoemde 'oral history'-projecten. Net als in het allochtonenpanel vindt men dat zo'n project zich uitstekend laat koppelen aan herinneringsprojecten. Bijvoorbeeld in samenwerking met vzw Terugblik, die mensen opleidt voor het afnemen van interviews en 'herinneringshoeken' inricht in seniorenhuizen. Ook in het kader van het Time-Festival is ervaring opgedaan met 'oral history'-projecten, bijvoorbeeld bij het onderzoek naar de Kuiperskaai: dit werd wetenschappelijk begeleidt door de faculteit Geschiedenis. De Wetenschappelijke Nascholing heeft toendertijd een oproep gedaan bij haar leden om mee te werken aan dit project. Kortom: er zijn reeds verschillende organisaties die hier mee bezig zijn en ervaring hebben opgebouwd. Het zou nuttig zijn die samen te brengen en overkoepelend te coördineren. De vertegenwoordigde ouderenorganisaties willen graag ondersteunen bij het zoeken naar te interviewen informanten.

LEERLINGEN UIT HET BASISONDERWIJS

INVULLING VAN ONDERWIJSEXCURSIES

Ervaringen met museumbezoek

Er is met drie vertegenwoordigers uit het basisonderwijs gesproken. Het gaat om leerkrachten die al lang werkzaam zijn binnen het basisonderwijs: zowel in de onderbouw als in de bovenbouw (zie de panelbeschrijving in Bijlage 1). Ze blijken zeer regelmatig met hun klas naar een museum te gaan.

- Op de Sportschool in Gentbrugge hebben de leerlingen elke week een creatieve middag, waarbij ze regelmatig op excursie gaan. Minstens eenmaal per maand bezoeken ze het Schoolmuseum of de Hortus. Voor deze musea wordt gekozen omdat die goed inspelen op de behoeften van de school: er is een intensieve samenwerking met deze musea opgebouwd. Daarnaast bezoekt deze school regelmatig het Huis van Alijn en het Geuzenhuis. Ook het SMAK, privé-musea in Gent en musea buiten Gent worden bezocht, maar dat gebeurt minder vaak omdat deze musea – in tegenstelling tot de eerder genoemde musea – niet gratis te bezoeken zijn.
- De katholieke basisschool Sint-bavo uit Gent heeft een beleid uitgestippeld waarin is vastgelegd wat gezien en beleefd dient te worden door elke leerling gedurende de lagere school. Gemiddeld bezoekt iedere klas twee musea per jaar naast diverse andere excursies (stadstuitstappen, concertbezoek en theaterbezoek). Het programma is afhankelijk van de inzet van de leerkracht, de mogelijkheden die zich aandienen en – vooral – van de beschikbare budgetten. De ouderbijdrage voor culturele activiteiten is dit jaar vastgesteld op 10 euro per kind.
- De leerkracht die lesgeeft in het tweede jaar van een Protestantse school in Gent bezoekt minstens eenmaal per maand een museum, “want er is zoveel te zien”. De uitstappen gaan naar de vaste collecties (bijvoorbeeld in het Design museum omdat dit aansluit op in de klas behandelde thema’s: over de klok en het interieur, en het Schoolmuseum), maar ook naar de tijdelijke tentoonstellingen in het Museum

voor Schone Kunsten, het SMAK en het Huis van Alijn. Dit veelvuldige museumbezoek is algemene politiek in de school, maar het tweede leerjaar is wel een zeer actief jaar.

Voor de leerlingen is een excursie naar een museum veelal spannend en leuk omdat ze “nieuwe dingen gaan zien” en “lekker iets anders doen”.

De kosten van museumbezoek

Er blijken in Gent niet zo veel belemmeringen te zijn voor museumbezoek door basisscholen. Zo zijn de kosten laag, want de toegang tot de meeste Gentse musea is gratis voor kinderen onder 12 jaar en er zijn geen reiskosten, want de gehele Gentse jeugd kan gratis reizen met het openbaar vervoer. De rondleidingen of de didactische omkadering (folders, opdrachtenboekjes, et cetera) kosten wel geld. In het Design museum betaalt men bijvoorbeeld 0,50 euro per kind daarvoor en in het Museum voor Schone Kunsten 75 euro per groep. Alleen een bezoek aan het Schoolmuseum kost helemaal geen geld. Soms sparen docenten de kosten voor de didactische begeleiding uit door zelf materiaal te maken of rondleidingen voor te bereiden en uit te voeren. Er worden op scholen ook activiteiten georganiseerd om geld in te zamelen voor culturele activiteiten. Indien de educatieve begeleiding geheel gratis zou zijn, zou ook deze laatste prijsdrempel zijn opgeheven: “Het zou mooi zijn als het nieuwe museum afspraken met de gemeente kan maken dat educatief materiaal gratis beschikbaar komt”. Aan museumbezoek door scholen van buiten Gent zitten uiteraard wel reiskosten vast.

Informatieverstrekking

Uit onderzoek in Nederland (Ranshuysen, Ganzeboom en Oud 1993) blijkt dat de onderwijsgeevenden aldaar behoefte hebben aan een meer gestructureerd ‘kant en klaar’ educatief aanbod voor het basisonderwijs, zodat ze minder tijd kwijt zijn met oriëntatie en selectie. De geraadpleegde docenten geven aan dat er in Gent veel kanalen zijn, waardoor ze geïnformeerd raken over het museale aanbod. Men noemt in de eerste plaats de Stadskrant, een wekelijkse uitgave van de Dienst Voorlichting van de Stad Gent, die op verschillende plaatsen opgehaald kan worden en ook vaak in de leraarskamer ligt. Daarnaast: streekkranten, folders, Pandoera, door de musea toegestuurd programma’s, affiches en flyers. Voor dit panel voldoet deze informatieverstrekking: “Het museale aanbod in Gent heeft een uitgebreide waaier aan collecties en activiteiten. Dat is voldoende om uitstappen te programmeren. Losse tentoonstellingen en initiatieven kunnen we snel oppikken, maar om die activiteiten goed in te kunnen passen, is het ideaal als we minstens 3 tot 2 maand van te voren informatie daarover krijgen”. Aangezien deze docenten de vaste collecties van de bestaande musea al kennen, hoeven ze daar niet meer over geïnformeerd te worden. Het is zeer goed mogelijk dat minder cultuur actieve onderwijzers veel minder op de hoogte zijn van het museale aanbod, waardoor ze minder snel op dit aanbod reageren dan de

geraadpleegde docenten. Voor die minder enthousiaste docenten kan de huidige versnipperde informatieverstrekking een drempel zijn. Aangezien met name docenten van scholen met veel sociale problemen vaak geen tijd hebben voor oriëntatie en voorbereiding, werkt de huidige informatieverstrekking hoogstwaarschijnlijk selectieve deelname aan museumexcursies in de hand. Door informatiedrempels komen kinderen op scholen met veel sociale problemen minder snel met de klas in een museum, terwijl daar nu juist vaak kinderen zitten die van huis uit niet vertrouwd worden gemaakt met museumbezoek. Dit is een gemiste kans aangezien een educatief aanbod voor het basisonderwijs nu juist de manier is om de jeugd – ongeselecteerd – in aanraking te brengen met musea. Selectieve deelname aan educatieve projecten door cultuuractieve scholen is tegen te gaan door het ontwikkelen van een structureel, jaarlijks terugkerend aanbod van op specifieke leerjaren toegesneden activiteiten. Onderwijsgeevenden raken dan vertrouwd met het aanbod en roosteren dit jaarlijks steeds routinematiger in. Inspirerende voorbeelden van zo'n structureel aanbod bieden de Amsterdamse Kunstzijkuren (zie Ranshuysen en Ganzeboom 1993) en het Leidse Museum & Schoolproject (zie Ranshuysen 2002). Bij de ontwikkeling van educatief aanbod voor basisscholen dient het nieuwe museum voor ogen te houden dat de populatie van elke leerjaar ieder schooljaar nieuw is: het is dus beslist niet nodig om het aanbod voor scholen continu te veranderen. Beter is om te investeren in een educatief programma voor elk leerjaar dat langere tijd van kracht kan zijn. Hierbij kunnen vaste opstellingen het uitgangspunt vormen. Leerkrachten die zeer regelmatig musea bezoeken kunnen daarnaast ad hoc activiteiten aangeboden krijgen, die aan tijdelijke exposities zijn gekoppeld.

SPECIFIEKE ACTIVITEITEN

Tentoonstellingsonderwerpen

De geraadpleegde onderwijzers menen dat het nieuwe museum in ieder geval de geschiedenis van Gent aan de orde dient te stellen. Liefst aan de hand van duidelijke en herkenbare bakens. Volgende voorbeelden zijn genoemd:

- Gentse beluiken of 'citeetjes' (dit zijn kleine, doodlopende straatjes met veelal gedeelde toiletten): "Dan kan je ingaan op sociologische aspecten, je kan ze nabouwen, koppelen aan bepaalde levenswijzen in bepaalde perioden."
- Straatnamen: "Dit is aan allerlei zaken te koppelen, bijvoorbeeld aan de vrouwenemancipatie: momenteel vindt er een inhaalbeweging plaats

om nieuwe straten vrouwennamen te geven omdat er van oudsher alleen mannennamen zijn gebruikt."

- Gravensteen.
- Stroppendragers.
- Stadsmuren en -poorten (inclusief de poortwachters).
- Gentse dekenijen.

Men vindt het belangrijk dat bij historische onderwerpen zo vroeg mogelijk in de tijd wordt begonnen, zodat ook het verre verleden aan bod komt en kinderen meer historisch besef krijgen. Een geheel ander onderwerp dat door dit panel is ingebracht is de evolutie van gebouwen en architectonische stijlen: "dit kan door computersimulaties en drie-dimensionele afbeeldingen worden getoond". Dit onderwerp kan ook goed gelinkt worden aan stadswandelingen.

In Nederland trachten sommige musea met hun educatieve programma's zo veel mogelijk aan te sluiten op leerdoelen van de scholen door in te gaan op onderwerpen die ook op school worden behandeld (zie bijvoorbeeld Ranshuysen 2002). De geraadpleegde Belgische docenten hebben daar geen behoefte aan. "Het is leuker te kijken wat een museum te bieden heeft: lessen en museuminhoud moeten niet te veel in elkaars verlengde liggen want dan gaat de eigen functie van het museum verloren en wordt de nadruk te sterk gelegd op het educatieve. Een museumbezoek moet een heel andere ervaring bieden dan een les op school", meent de een. Een ander stelt: "Een museum moet geen gesneden koek bieden, maar wel dingen waar je in de klas op terug kunt komen. De museale beleving is belangrijk als een andere vorm van kennisoverdracht dan het schoolsysteem". Musea zouden wel kunnen inspelen op de thema's die op school aan de orde komen, zoals bijvoorbeeld de jaargetijden, maar dan vanuit een geheel eigen invalshoek.

Rondleidingen

Ook binnen dit panel vindt men de rondleiding een prima instrument om een museumbezoek te begeleiden. Voor de een kan dat met groepen van 25 à 30 leerlingen. Anderen achten het beter als het slechts om 12 à 15 leerlingen per groep gaat, want: "dan blijft er toch een groepsgevoel, maar is het geheel overzichtelijk". Een klas opsplitsen in meer dan twee kleine groepen is niet goed, omdat "elke groep dan andere dingen hoort en dat bemoeilijkt de gezamenlijke verwerking in de klas". Een rondleiding zou ongeveer drie kwartier in beslag kunnen nemen. Opnieuw is gewezen op het belang van wisselwerking tussen gids en groep: "een vraag- en antwoordspel, waarbij reacties van kinderen weer stimulerend kunnen zijn voor de rondleider". Eerder onderzoek naar museale onderwijsprojecten bevestigt hoe belangrijk de uitwisseling tussen leerlingen en de gids is, zowel voor de motivatie van de kinderen als voor die van de rondleider zelf (Ranshuysen 2002). Een rondleiding door een acteur die een bepaalde historische figuur speelt en vanuit die rol van alles vertelt, kan ook werken: "Dan gaat het nog meer leven". Een tip hierbij is de leerlingen etiketten met hun namen op te plakken zodat ze herkenbaar zijn en persoonlijk aangesproken kunnen worden door de gids.

De gids dient “pedagogisch en didactisch onderlegd te zijn” en vooraf te overleggen met de klasleraar. Regelmatig contact tussen het nieuwe museum en de scholen zijn belangrijk, men wil dan graag één aanspreekpunt in het museum: “iemand die de noden van de scholen kent en begrijpt, maar die ook de gidsen kent”.

Andere vormen van informatie-overdracht

Er is geconstateerd dat een tentoonstelling niet de enige manier hoeft te zijn waarmee het stadsmuseum informatie overdraagt. Dit kan bijvoorbeeld ook door middel van ‘oral history’. Dit juichen de geraadpleegde onderwijzers toe. “Dan komt er iemand op school vertellen, liefst in de vorm van persoonlijke getuigenissen: dat spreekt de kinderen enorm aan”. Zo’n activiteit zou heel goed kunnen voortkomen uit de ‘oral history’-projecten die door het allochtonenpanel en het seniorenpanel zijn gesuggereerd en zou heel goed in te passen zijn in de ‘grootouderweek’¹⁸.

Men ziet ook wel iets in een doe-activiteit, die circa een uur duurt, met name voor de jongste groepen. Een idee is een activiteit rond speelgoed: “de kinderen kunnen bikkelen, hoepelen of tolleren aan de hand van schilderijen waarop die spelen staan afgebeeld”. Een ander idee is een atelier van anderhalf uur, waar kinderen zelf iets maken, bijvoorbeeld een stadsplattegrond of een maquette. Voor de oudere groepen kunnen stadswandelingen worden ontwikkeld, die aan de hand van opdrachten en in kleine groepjes zijn uit te voeren. Dit kan overigens alleen als er voldoende ouders willen bijspringen en dat is voor veel scholen een probleem.

Het is mogelijk een museumdag voor alle scholen te organiseren, waarbij alle Gentse musea hun deuren open zetten en een op het basisonderwijs toegesneden programma bieden. “Dit moet dan wel zeer goed georganiseerd zijn qua logistiek en vervoer en de programma’s per museum dienen op verschillende leeftijdsgroepen te zijn toegespitst.

Tot slot is gepleit voor ‘museumklassen’ analoog aan bosklassen en zee-klassen: een week met de klas leven en werken in een museum. Dit zou eventueel te organiseren zijn in samenwerking met de jeugdherberg. Zo’n activiteit lijkt vooral aantrekkelijk voor scholen van buiten Gent.

Belangrijk is in ieder geval dat het museum activiteiten organiseert die “beklijvende indrukken” maken, doordat ze sterk afwijken van het reguliere onderwijsprogramma.

De opvang van groepen

Men acht het van groot belang dat er niet meer groepen tegelijkertijd worden toegelaten dan de capaciteit van het museum qua ruimte en begeleidingsmateriaal toelaat. Het toelaten van schoolgroepen buiten de reguliere openingstijden kan irritaties tussen regulier publiek en die groepen voorkomen. Het is echter van belang dat kinderen spelenderwijs vertrouwd raken met de gedragscodes in een museum en dat lukt niet als ze apart worden

18. De grootouderweek kwam reeds ter sprake op pagina 63.

gehouden. In het Museum voor Schone Kunsten mogen schoolgroepen naar binnen voor het officiële openingsuur, dan bezoeken ze alvast de zalen die veel publiek trekken maar na een uur raken ze toch met het overige publiek vermengd. Zo wordt eventuele overlast zo veel mogelijk beperkt en wennen kinderen toch aan een normale museumsituatie.

Dit panel signaleert het probleem dat de Gentse musea schoolkinderen niet de gelegenheid geven om hun lunchpakket op te eten zonder daar kosten aan te verbinden: “We zijn dan meestal verplicht om dure drankjes te betalen”. Er is behoefte aan een goed onderhouden, gastvrije refter, zonder verplichting om daar iets te drinken. Daar kunnen eventueel gebruikerskosten voor in rekening worden gebracht, als daar de verstreking van “een gezond kinderdrankje” tegenover staat. Uit eerder onderzoek blijkt dat dit soort positieve randvoorwaarden een belangrijke meerwaarde aan een museumexcursie geven: een gezellige lunch op een sfeervolle locatie draagt er toe bij dat kinderen met veel plezier op het museumbezoek terugkijken (Ranshuysen en Elffers 2001). De aanwezigheid van voldoende (en schone) toiletten in de buurt van de lunchruimte achten de panelleden ook noodzakelijk. Het is belangrijk dat er zowel met het museum als met de kinderen duidelijke afspraken worden gemaakt over gedragsregels en het programma in het museum, evenals over praktische zaken zoals: waar de jassen hangen, hoe laat en waar er wordt gegeten en welke toiletten kunnen worden gebruikt.

Voorbereiding en verwerking van een museumbezoek

De geraadpleegde docenten achten schriftelijke kijkbegeleiding tijdens het museumbezoek niet adequaat, want “kinderen zijn in een museum om te (leren) kijken, te genieten, te voelen, zich te laten verrassen en te ontroeren en dat lukt niet als ze moeten lezen”. Achtergrondinformatie is wel welkom, maar niet als die ter plekke moet worden gelezen. Zulke informatie dient voorafgaand aan het bezoek beschikbaar zijn in de vorm van docentehand-leidingen met tips zowel voor de klassikale voorbereiding als voor de verwerking van het museumbezoek. Uit onderzoek in Nederland blijkt dat de voorbereiding op school van cruciaal belang is. De kinderen weten hierdoor veel beter wat ze kunnen verwachten en worden alvast ‘opgewarmd’. Dit komt de rust en het plezier tijdens het daadwerkelijke bezoek ten goede. Voor de doorwerking van een museumbezoek zijn verwerkende activiteiten daarnaast van groot belang (Ranshuysen 2002). Binnen het panel zijn de volgende ideeën voor de voorbereiding en verwerking van museumbezoek ingebracht. Bij de lager klassen zou een poppenkast op school langs kunnen komen of het museumbezoek begint of sluit af met een poppenkastvoorstelling. Hierbij zou de bekende Gentse figuur Pierke Pierlala centraal kunnen staan. Voor de jongste groepen is een leskoffer ook een goed idee: daarin zitten dan museale objecten aan de hand waarvan het museumbezoek kan worden ingeleid of nabesproken. Voor grotere kinderen kan een inleiding in het museum door een museummedewerker voorafgaand aan de rondleiding goed werken. Het is ook mogelijk dat de leerlingen na de rondleiding nog

even zelfstandig het museum in gaan om een aantal verwerkingsopdrachten uit te voeren. Voor de oudste groepen is ook geopperd dat er op school iets gedaan kan worden met Gentse liederen: die kunnen worden ingestudeerd en geanalyseerd. Daar kan tijdens het museumbezoek op worden voortgeborduurd.

Voorlichtingsbijeenkomsten

De geraadpleegde docenten uit het basisonderwijs zijn enthousiaste museumbezoekers die weinig prikkels nodig hebben om klassikaal museumbezoek te organiseren. Ze zijn echter niet representatief voor alle onderwijsgeevenden in het basisonderwijs geven ze zelf toe: veel collega's hebben meer stimulansen nodig. Om minder enthousiaste docenten warm te maken voor het nieuwe stadsmuseum dienen er voorlichtingsbijeenkomsten te worden georganiseerd, waarin docenten wordt uitgelegd welke activiteiten er speciaal voor hun leerlingen worden aangeboden. Gesproken is over het feit dat de deelname van docenten aan zulke voorlichtingsbijeenkomsten bij de huidige musea vaak tegenvalt, omdat die buiten schooltijden moeten plaatsvinden en veel docenten hun vrije tijd daar niet aan willen besteden. Daarom adviseren de panelleden om ook de partners en de kinderen van leerkrachten uit te nodigen. Dit bevordert de opkomst en bewerkstelligt een positieve en gastvrije uitstraling van het museum.

Museumsite

De website van het stadsmuseum kan ook een bijdrage leveren aan de voorbereiding en verwerking van klassikaal museumbezoek. Er kunnen speciale pagina's worden aangemaakt waarop kinderen kunnen gaan kijken tijdens computerles. Dan kunnen ze opdrachten uitvoeren of informatie downloaden: dit maakt een meer persoonlijke voorbereiding of verwerking mogelijk. Ook het door docenten te gebruiken lesmateriaal kan via de site beschikbaar worden gesteld: onderwijzers kunnen dit dan downloaden, zodat ze hierover op elk gewenst moment kunnen beschikken. Het is ook mogelijk om een boekingsprogramma op de website te realiseren. Dit vergemakkelijkt niet alleen de inschrijving voor onderwijsgeevenden, maar bevordert ook het totaaloverzicht bij de museummedewerker die de schoolexcursies coördineert. Dit maakt het bijvoorbeeld mogelijk om scholen die nog niet hebben ingeschreven een herinneringsmail te sturen. De geraadpleegde docenten menen dat internet een belangrijk kanaal is om met basisscholen te communiceren, maar: "Hanteer dit niet als het enige middel, want de helft van onze collega's werkt (nog) niet via het net". Gezien de snelle opmars van internet is het overigens heel goed mogelijk dat tegen de tijd dat het nieuwe museum open gaat, de meerderheid van de basisscholen wel op het internet is aangesloten.

Bevorderen herhalingsbezoek

Het uit Nederland overgewaaide idee van kindergidsen spreekt de geraadpleegde docenten aan. Dit idee houdt in dat leerlingen na afloop van diverse rondleidingen in het nieuwe museum een 'gidsendiploma' meekrijgen

met een paar vrijkaartjes, zodat ze met hun ouders terug kunnen keren. Bij dit herhalingsbezoek kunnen de kinderen dan zelf als gids fungeren. Een andere actie die herhalingsbezoek kan bevorderen, is om de leerlingen vanuit het museum een kaartje of sms-je te laten sturen naar iemand (ouders, broers of zusjes, grootouders, et cetera) met de boodschap: "Ik zit nu in het Gentse stadsmuseum en zou hier graag nog eens met jou/jullie terugkomen". Stimuleren dat ouders meekomen met een schoolgroep is ook een manier om herhalingsbezoek en mond-tot-mondreclame te bevorderen.

LEERLINGEN UIT HET SECUNDAIR ONDERWIJS

INVULLING VAN ONDERWIJSEXCURSIES

Ervaringen met museumbezoek

Er zijn acht geschiedenisdocenten geraadpleegd die diverse typen secundair onderwijs uit de regio Gent vertegenwoordigen (zie de panelbeschrijving in Bijlage 1). Zij hebben uiteenlopende ervaringen met museumbezoek in schoolverband.

- Een docent aan een beroepsopleiding bezocht met circa 20 leerlingen (7de-jaars etalage en carrosserie) de Panamarenko-tentoonstelling in het SMAK, in het kader van plastische opvoeding. Daar brachten ze twee uur door. De leerlingen kregen de opdracht om tekeningen maken, met goede resultaten. Dit bezoek aan een actueel kunstmuseum was voor veel leerlingen de eerste museumervaring en dit is “zeer goed meegevallen”. Het museumbezoek werd gecombineerd met een bezoek aan het Gerechtshof. Er is geen sprake van een vaste traditie: de planning van museumbezoek op deze school hangt onder meer af van de motivatie van de leerlingen.
- Een ASO-instituut (Algemeen Secundair Onderwijs) uit Lokeren organiseert jaarlijks twee vaste studiereizen. In de lente naar het buitenland (Parijs of Amsterdam) en in de herfst in België (Brussel, Brugge of Gent). Het programma in Gent bestaat veelal uit een stadswandeling in de voormiddag en museumbezoek in de namiddag. Welk museum hangt af van het tentoonstellingsaanbod en de interesses van de betreffende groep: doorgaans wordt gekozen voor SMAK, MIAT of Bijlokemuseum. Soms kiest men voor het Gerechtshof.
- Een ASO-instituut uit Blankenberge brengt jaarlijks met 5de-jaars ASO, Technisch Secundair Onderwijs (TSO) en Beroeps Secundair Onderwijs (BSO) een bezoek aan Gent. Daar maken ze een themawandeling naar aanleiding van het industriële verleden van Gent omdat het thema ‘industrialisering’ deel uitmaakt van het leerplan voor 5de-jaars. Die wandeling is georganiseerd door Vizit¹⁹. “Die rondleiders slagen erin de

leerlingen te boeien, onder meer met allerlei anekdoten.” Vervolgens gaat men met de ASO- en TSO-groepen naar het SMAK, waar wordt deelgenomen aan een rondleiding en workshops. Met de BSO-groepen wordt een centrum voor allochtone jongeren of een instelling voor gerechtskinderen bezocht in samenwerking met de stedelijke integratiedienst Kom-Pas. Deze school kiest voor vrijwilligheid bij de uitvoering van opdrachten. “Voordeel is dat je dan alleen leerlingen meekrijgt die aan iets beginnen vanuit hun eigen interesse, die dan als vanzelf groot is. Uiteraard zijn er in zo’n scenario ook afhakers.”

- Het Gentse Koninklijk Atheneum doet niet veel aan museumexcursies. De docent die deze school vertegenwoordigt, stippelde zelf een stadswandeling uit en bezocht een tentoonstelling over kinderarbeid (“dit viel bijzonder mee”). Ze organiseerde voor vrijwilligers uit het laatste jaar samen met een leraar aardrijkskunde een uitstapje naar de Noord-Franse kust, waarin aandacht werd besteed aan natuur en de Tweede Wereldoorlog. “Als je leerlingen zelf een bezoek laat voorbereiden en ze laat gidsen, ontstaat er een heel nieuwe sociale groepsdynamiek. De aandacht is dan groter en er dreigt ook ‘afstraffing’ voor wie het niet goed doet.”
- De docent van het College in Melle bezoekt jaarlijks met 14-15-jarigen Gent in het kader van het vak geschiedenis: de leerlingen gaan dan zelf op zoek naar sporen van het verleden. Hierbij vormt de Kuip een vast onderdeel. “Ik gids mijn leerlingen dan zelf om mislukkingen te vermijden en omdat je op die manier het bezoek beter kunt integreren in je lessen. Gidsen werken over het algemeen te breed.” Met vijfdejaars gaat hij naar het SMAK in het kader van het vak esthetica. Daar vindt een rondleiding plaats door een SMAK-gids, die vooraf wordt gebriefd. Deze docent werkt ook op een opleiding voor leraren in het basisonderwijs. Met de leerlingen hiervan bezoekt hij het MIAT om de goede museumwerking voor het basisonderwijs aldaar te bekijken “Het MIAT is voor het secundair onderwijs te ‘saai’.”
- De 3de-jaars van een ASO-instituut uit Wetteren maken een tocht door Gent, die ze zelf voorbereiden en waar een opdracht aan is verbonden. De 6de-jaars gaan naar In Flanders Fields in het kader van vredesopvoeding. In Leper wordt ook een bezoek gebracht aan de Menenpoort, de slagvelden en een soldatenkerkhof. Er wordt nadien van de leerlingen een werkstuk verwacht.
- De docent van een niet-confessioneel ASO-instituut te Gent beschouwt Brugge, Antwerpen en Brussel als ‘musts’ voor dagexcursies: waarbij in ieder geval een ‘stadswandeling’ plaatsvindt. “Een museumbezoek aan het Antwerpse Koninklijk Museum voor Schone Kunsten begint al buiten. Het gebouw alleen al wekt discussie. En in Brussel hebben we eens twee uur doorgebracht bij vijf schilderijen. De gids concentreerde haar schitterende verhaal toen op kleur.”

19. Vizit is een ‘alternatieve’ gidsenorganisatie, zie de beschrijving van de diverse gidsenorganisaties in Bijlage 1 bij de intermediairs uit de toeristische sector.

Het excursiegedrag van de geraadpleegde leraren is afhankelijk van schoolpolitiek en beschikbare financiën. Men heeft over het algemeen goede ervaringen met museumbezoek en signaleert een positieve evolutie, want “gidsen blijken steeds beter te zijn opgeleid, ook in communicatietechnieken.” Voor veel scholen vormen de kosten van een excursie (vervoer, rondleiding en entree) een probleem: de leerlingen moeten die in de meeste gevallen zelf betalen. Om deze kosten te drukken, wordt de gids wel eens overgeslagen en neemt de docent de honneurs waar. Dan wordt het museumbezoek ook beter in de lessen op school geïntegreerd. In enkele scholen worden excursies georganiseerd op vrijwillige basis: voor hen die meewillen en/of kunnen. Voordeel hiervan is dat er dan met een gemotiveerde groep gewerkt kan worden. Nadeel is dat eventuele vooroordelen bij degenen die niet meegaan niet weerlegd kunnen worden.

Wensen

Om selectiviteit in het bereik van het voortgezet onderwijs te voorkomen, dienen de kosten voor dit onderwijstype zo laag mogelijk te worden gehouden. Als de school van buiten Gent komt, wil men een bezoek aan het nieuwe museum graag combineren met een stadswandeling. “Het stadsmuseum kan een soort zapinstrument worden. Het biedt een introductie en kan de nieuwsgierigheid naar de stad opwekken. Bovendien leren de leerlingen het museum zo kennen, wat hen wellicht stimuleert om eens op eigen houtje terug te komen. De afstand tot het centrum is echter een probleem, tenzij je de weg via het water ombouwt tot een voordeel.²⁰ Het liefst boekt men een dag- of halve dagprogramma. Een docent geeft aan dat als je in Brussel een concert in het Paleis voor Schone Kunsten reserveert voor een onderwijsgroep, er een gratis bus ter beschikking wordt gesteld om vooraf een Brussels museum te bezoeken. Zo’n programma dat meer dan een museumbezoek omvat, valt in goede aarde.

De docenten die In Flanders Field met hun leerlingen bezochten geven aan dat voor sommige leerlingen de overdracht van een andere identiteit aldaar te vrijblijvend is, omdat een kader en voldoende achtergrondinformatie ontbreken. Er zou meer houvast geboden kunnen worden, zoals bijvoorbeeld gebeurt bij een rollenspel. Om het museumbezoek meer diepte te geven zorgt een docent dat een bezoek aan dit museum altijd onderdeel uitmaakt van een breder programma. Zij bezoekt met de klas ook de kerkhoven, de Menenpoort en het Talbot House in Poperinge, waar de leerlingen een persoonlijk en zeer “betrokken” verhaal krijgen voorgeschoteld van de conservator zelf. “Op die manier hebben ze een totaalervaring.”

Naar aanleiding van de vele audiovisuele prikkels in In Flanders Fields is in dit panel vastgesteld dat een museum voor hun leerlingen sterk visueel moet zijn. “Dat kan op verschillende manieren, zowel met heel veel voorwerpen als op een minimalistische, meer verstilde manier. Audio-effecten

20. Voor de invulling van een verbinding tussen de Bijloke en het centrum over het water worden op pagina 89 suggesties gedaan.

kunnen ondersteunend werken maar moeten worden gedoseerd: het visuele dient de overhand te hebben”.

SPECIFIEKE ACTIVITEITEN

Tentoonstellingsonderwerpen

Dit panel van historici brengt veel onderwerpen aan. Men borduurt voort op de centrale invalshoeken die reeds in het eerste deel naar voren kwamen. “Gent als industrieel centrum in de 19de eeuw, met ook de Vlaamse ontvoogding en de vernederlandsing van de universiteit vormen belangrijke onderwerpen. Hierbij kan de drang naar zelfstandigheid en vrijheid van de Gentenaar, waardoor de stad een bakermat werd van arbeidersstrijd, ook meteen worden behandeld.” Een volgend belangrijk onderwerp betreft de stadsontwikkeling van verleden tot heden: die komt in het huidige museum-aanbod nog te weinig aan bod en dit hiaat kan het nieuwe museum opvullen. Hierbij kan de organische groei van de stad en de stadsplanning aan de orde kan komen, bijvoorbeeld in de vorm van een animatie, die de groei door de eeuwen heen toont: “zoals in natuurfilms ook wel eens de groei van een plant versneld wordt getoond”. Het PAM in Ename met zijn tijdsvenster-technologie kan daarbij als inspiratiebron dienen. Bij de behandeling van ruimtelijke aspecten dient er veel aandacht te zijn voor de waterwegen. Sommigen vinden Gent als havenstad een belangrijk thema. Daarbij dient ook “de enorme economische ontwikkeling” te worden meegenomen en “het verval in de 20ste eeuw”. “In de 19de eeuw is veel erfgoed opgebouwd maar ook veel afgebroken: er dient aandacht te zijn voor industriële archeologie.” Opnieuw wordt ervoor gepleit om ook mogelijke toekomstige stedelijke ontwikkelingen aan bod te laten komen.

Een ander onderwerp dat door deze leraren is ingebracht betreft de geschiedenis van de Bijloke als hospitaal: hoe zieken vroeger werden verzorgd. Dit sluit goed aan op de locatie en bovendien is dit een onderwerp dat aanspreekt. “Het verhaal van de Bijloke zelf kan dan als deel van een meer omvattend geheel – bijvoorbeeld de wijk – aan de orde komen.”

De docenten vinden ook dat de hoogtepunten uit de Gentse geschiedenis – zoals: Karel V en de Gentse opstand, Artevelde, abdijen en universiteit – aan de orde moeten komen in het stadsmuseum. Overige voor hen belangrijke onderwerpen, zijn:

- Fouten die in de geschiedenis zijn gemaakt.
- Gents belangrijke funeraire erfgoed.
- De aanwezigheid van de universiteit als factor die de sfeer in de stad mede bepaalt.

- Vrijmetselarij in Gent: daarover is een collectie, waar niet veel mee wordt gedaan.

Rondleidingen

De geraadpleegde geschiedenisleraren geven aan dat een rondleiding staat of valt bij de inzet van de gids. De ideale groepsomvang is circa 15 personen, maar veelal is dat niet haalbaar omdat de groep veel groter is. Een rondleiding voor het voortgezet onderwijs mag, mits het programma afwisselend genoeg is, één tot anderhalf uur duren: "Al kan een goede gidsenwerking deze maximumgrens ook flink oprekken." Een voorbereidend gesprek met de docent – zoals SMAK, MIAT, Design museum en KMSK in Antwerpen doen – wordt als bijzonder nuttig ervaren. Op die manier biedt een museum maatwerk.

Projectpakketten

Naast een adequate rondleiding wenst men ook mogelijkheden voor eigen activiteiten en "zelfontdekkingen". Dit kan via opdrachten, die voor- of achteraf in de klas uitgevoerd kunnen worden. Het is opvallend dat de leraren die opdrachten nu vaak zelf ontwikkelen. Dit doen ze onder andere omdat musea zich doorgaans vooral op het lager onderwijs richten, waardoor het bestaande educatief materiaal niet voldoet." Het is 'te kinderachtig' en sluit niet aan op de leerplannen van het secundair onderwijs." Het Stadsmuseum zou zich toe kunnen leggen op het ontwikkelen van voorbereidend en verwerkend lesmateriaal voor het secundair onderwijs in de vorm van projectpakketten. In die projectpakketten zit bij voorkeur een leraren- en leerlingenhandleiding op CD-rom bijgesloten ("Dat voorkomt onnodig tikwerk en maakt keuzevrijheid mogelijk") en eventueel een video ("Als die niet te lang duurt en niet te veel blootgeeft van het museum"). Reeds aan de orde kwam dat er in het nieuwe stadsmuseum parkoersen kunnen worden uitgezet. Projectpakketten zouden gekoppeld kunnen worden aan specifieke onderwijsroutes door het museum en de stad. Een projectpakket kan aansluiten op de volgende aanknopingspunten:

- het niveau van een bepaald type onderwijs,
- het niveau van een bepaald jaar,
- vakgebonden eindtermen (bijvoorbeeld in het kader van vakken als geschiedenis, economie, Nederlands, zedenleer, musische vorming),
- vakoverschrijdende doelen (bijvoorbeeld in het kader van projectonderwijs),
- de historische periode die de docent wil behandelen,
- thema's die in het secundair onderwijs aan de orde komen, bijvoorbeeld 'industrialisering',
- algemene leerdoelen binnen bepaalde vakken.

Evaluatie van voorbeeldprojecten

In Nederland is in het kader van het in 1996 op gang gebrachte beleidstraject 'Cultuur en School' een scala aan onderwijsprojecten ontwikkeld gericht op

het toegankelijk maken van cultureel erfgoed. Hierbij staat het idee centraal dat cultureel erfgoed 'mensenwerk' is uit het verleden, dat zijn neerslag heeft gevonden op straat, in de bibliotheek, in musea en archieven. Juist omdat het om mensenwerk gaat, staat cultureel erfgoed dicht bij scholieren: het kan hun emoties raken, maar er is vaak nader onderzoek nodig om die neerslag uit het verleden te kunnen duiden. Cultureel erfgoed is daarom bij uitstek geschikt voor onderzoekend en ervaringsgericht leren (SLO 1999). Aan het onderwijspanel zijn vier voorbeeldprojecten uit Nederland voorgelegd, met de vraag om aan te geven welke project het meest aanspreekt en welk project het minst²¹. De voorkeuren hangen – uiteraard – af van de groep waarmee men zelf werkt.

Zappen in je buurt

VOOR: TSO, BSO en ASO (onderbouw).

VAKKEN: naast geschiedenis ook aardrijkskunde, economie, beeldende vorming.

INHOUD: eigen omgeving onderzoeken naar aanleiding van concrete opdrachten.

MATERIALEN: lerarenhandleiding met onderzoeksopdrachten, hulpbladen, leerlingenwerkboekjes met twee couponnen voor gratis museumbezoek, onderzoeksverslagschrift, een fototoestel met 24 opnamen voor eenmalig gebruik en een videoband met een impressie van de werkwijze.

AANDACHT VOOR: diverse vaardigheden (sociaal, ICT, onderzoeksmethoden).

BEOORDELING: Dit project spreekt het meest aan vanwege het vakoverschrijdende karakter: "Het behelst veel meer dan alleen geschiedenis en deze bredere aanpak mag je van een stadsmuseum verwachten." Daarbij sprak aan dat er een afgebakend gebied centraal staat. Nadeel van dit project is wel dat het veel voorbereiding van de leraren vereist. Bovendien vroeg men zich af in hoeverre dit bruikbaar is voor niet-Gentse doelgroepen. In principe is dit project op iedere buurt – ook buiten Gent – toe te passen, aangezien het vooral een methodiek behelst, maar de vraag is wellicht terecht of een museum dat zich op Gent richt voor zo'n 'open' aanpak zou moeten kiezen. "In welke mate wil het stadsmuseum doelgroepen van buiten de stad aantrekken om bijvoorbeeld leefwerelden met elkaar te vergelijken? Is de geschiedenis van een wijk overdraagbaar naar grotere gehelen?"

Let's travel guide

VOOR: ASO (bovenbouw).

VAKKEN: geschiedenis, aardrijkskunde, maatschappijleer en vreemde talen.

INHOUD: informatie verzamelen voor fictieve jongerenreisgids.

MATERIALEN: lerarenhandleiding en leerlingenhandleiding met opdrachten.

21. Deze projecten zijn – in overleg met vertegenwoordigers van Gent Cultuurstad – geselecteerd uit door het bureau Erfgoed Actueel te Amsterdam bijeen gebrachte voorbeeldprojecten (www.erfgoedactueel.nl).

AANDACHT VOOR: verband leggen tussen heden en verleden en schriftelijk en beeldend verwerken van informatie.

BEOORDELING: Dit project valt vooral in de smaak bij degenen die met de hoogste ASO-groepen werken, vanwege de grote zelfactiviteit van de leerlingen en de stimulans voor het ontwikkelen van sociale vaardigheden.

Aanraken mag

VOOR: TSO en BSO (onderbouw).

VAKKEN: naast geschiedenis ook Nederlands, beeldende vorming, techniek, verzorging.

INHOUD: op basis van leskist met voorwerpen en opdrachten informatie verzamelen (onder andere door interview met senioren en museumbezoek) over wonen en werken in 1900–1925.

MATERIALEN: leskist met authentieke voorwerpen, 45 opdrachtkaarten, lererenhandleiding met tips voor excursies en presentatiedoek voor in de klas.

AANDACHT VOOR: zelfstandig werken.

BEOORDELING: Dit project wordt alleen voor de eerste jaren van het ASO geschikt geacht. Als voordelen ziet men dat dit project weinig voorbereiding vergt en confrontatie met tastbare dingen inhoudt.

De zaak Fetje Frederiks de Graaf

VOOR: TSO en BSO (bovenbouw).

VAKKEN: alleen geschiedenis.

INHOUD: rollenspel op basis van echt proces uit 1803.

MATERIALEN: Handleiding met beschrijving van de centraal gestelde historische gebeurtenis en de diverse personages, richtlijnen voor het rollenspel en kranteknipsels.

AANDACHT VOOR: interpreteren en reconstrueren, historisch perspectief en invloed sociale achtergronden.

BEOORDELING: Dit project krijgt de minste weerklank, alhoewel het wel voor BSO-leerlingen bruikbaar is. Dat het om een concrete gebeurtenis gaat, kan aanspreken en het biedt mogelijkheden tot inleving. Men wijst op het gevaar dat een rollenspel “snel uit de hand loopt” en geeft aan dat er veel achtergrondinformatie nodig is om te voorkomen dat het te oppervlakkig wordt.

De meeste leraren voelen veel voor de vakoverschrijdende aanpak in deze voorbeeldprojecten. Het blijkt dat men in het BSO al veel verder is met projectmatig – dus vakoverschrijdend – werken dan in het ASO, maar ook in het ASO worden daartoe aanzetten gemaakt. Ook het feit dat twee voorbeeldprojecten het heden als uitgangspunt nemen, spreekt aan. In het eerste deel van dit onderzoeksverslag bleek al hoe belangrijk men de koppeling heden-verleden vindt. “Het zou jammer zijn als een stadsmuseum de kans zou missen om leerlingen hun eigen heden te laten leren kennen. Hoe kun je dan verwachten dat ze naar het verleden gaan?”

Informatieverspreiding

De huidige informatieverstrekking over educatief aanbod van musea bestaat uit een “chaotische, versnipperde, anarchistische massa losse folders die in sommige scholen nog de barrière ‘directie’ moeten nemen.” Deze ‘chaos’ ervaren de geraadpleegde leraren niet noodzakelijk als slecht: het bevordert de zelfwerkzaamheid van leraren, omdat ze zelf op zoek moeten. In hun ogen moet er niet te veel voorgekauwd worden. Dit panel van bevlogen leraren is echter niet representatief voor het gehele geschiedenisdocentenbestand. Bovendien blijkt bij doorvragen dat ook deze docenten meer ordening in de informatie over het museaal aanbod op prijs stellen. Zo zou er onderscheid gemaakt kunnen worden tussen structureel en tijdelijk aanbod en een indeling naar onderwijstype en leerjaar. Een en ander aangevuld met overzichtelijke praktische en inhoudelijke informatie. “Dit zou absoluut nuttig zijn en dubbel werk vermijden.” Er bestaat wel een bruikbare brochure van de dienst Toerisme, maar dit zou meer verfijnd kunnen worden. Belangrijk is dat zo’n overkoepelende informatiebrochure op tijd wordt aangeleverd. Het aanbod voor het hele schooljaar dient in september bekend te zijn, liefst nog eerder, want veel scholen maken aan het begin van het schoolseizoen een kalender op voor het hele jaar.

Website

Naast een onderdeel voor het basisonderwijs dient de stadsmuseumsite ook een onderdeel voor het voortgezet onderwijs te bevatten. Dan kunnen de leraren uit dit type onderwijs lesmateriaal downloaden, projectpakketten bestellen en hun klassen inschrijven voor bepaalde activiteiten. Maar ook de leerlingen kunnen gebruik maken van de website. De geraadpleegde leraren melden dat het huidige gebruik van het internet voor onderwijsdoeleinden door hun leerlingen sterk varieert en afhangt van de faciliteiten op school en van de leerkracht. Er zijn niet altijd (voldoende) computers op school en de docent heeft soms te weinig affiniteit met ICT om leerlingen aan te zetten daar gebruik van te maken. Sommigen “zweren bij papier”, anderen “doen alles via het internet” en weer anderen combineren schriftelijke bronnen en ICT. Degenen die gebruik maken van internet, richten zich vaak op sites in Nederland, omdat “die veelal verder ontwikkeld zijn”. Ze vinden het essentieel dat hun leerlingen leren zoeken op internet en willen daarbij hun ‘kritische zin’ aanscherpen, bijvoorbeeld door hen de opdracht te geven sites met elkaar te vergelijken. Ze waarschuwen ervoor dat de stadsmuseumsite “niet in concurrentie moet treden met het museum zelf, want de nieuwsgierigheid naar het museum moet niet te veel bevredigd worden”. Deze opvatting sluit aan op een conclusie uit eerder onderzoek aangaande internetgebruik in het voortgezet onderwijs: “Informatie op internet kan een zinvolle aanvulling bieden op het gewone onderwijs, op schriftelijke bronnen en op een bezoek aan historische plekken of musea. Men dient er echter voor te zorgen dat de informatie op het internet die andere informatiebronnen niet wegconcurrert” (Ranshuysen 2000a). Het onderwijspanel vindt dat de site moet dienen als “appetizer” door suggesties te geven over wat er in het

museum te ontdekken valt en voorbereidende vragen te stellen. Een educatieve site is ook bruikbaar achteraf: leraren stellen dan vragen, waarbij de antwoorden op de site te vinden zijn. Tevens kan de website een 'discussieforum' herbergen, waarop leerlingen hun ervaringen uitwisselen²².

22. Zie voor meer ideeën voor de invulling van een educatieve museumwebsite, gebaseerd op een evaluatie van de leermethoden die Amerikaanse websites hanteren, Schaller e.a. (2002).

STUDENTEN

BELEMMERINGEN VOOR MUSEUMBEZOEK

Beeldvorming

De zeven leden van het studentenpanel vertegenwoordigen diensten studentenactiviteiten van de universiteit en hogescholen en studentenorganisaties die cultureel actief zijn (zie de panelbeschrijving in Bijlage 1). Hen is gevraagd om in steekwoorden aan te geven welke beelden er bij hun achterban leven ten aanzien van musea. Dit leverde de volgende omschrijvingen op.

NEGATIEF	NEUTRAAL	POSITIEF
Oubollig (2x) Stoffig Verplicht nummer	Is voor later: nu niet direct aan de orde Ver af Wel van thuis uit mee bekend Soms nieuwsgierig Historisch en oud In het buitenland bezoeken	Fuifkader (door SMAK) Blits (SMAK)

De beeldvorming ten aanzien van musea bij studenten lijkt meer neutraal dan negatief te zijn. "Het beeld verschilt per museum. Dit is afhankelijk van de instelling: het SMAK (en ook het Huis van Alijn) hebben een volledig ander imago ('hip') dan meer stoffige musea." Het SMAK wordt door sommigen wel weer gezien als "te veel gericht op spektakel, korte termijn en oppervlakkigheid." Een ander vult aan dat de beeldvorming afhangt van de mate waarin men cultureel actief is. De massa wordt vooral aangetrokken door grote instellingen zoals het SMAK die speciale initiatieven ontwikkelen en die met veel publiciteit omkleden, maar de cultuurliefhebbers onder de studenten hebben meer aandacht voor kleine, experimentele initiatieven die minder aandacht in de media genereren: zoals bijvoorbeeld galerij KunstZicht, waar twee van de panelleden bij betrokken zijn. Binnen de studentenpopulatie zal gemakkelijker publiek voor het nieuwe stadsmuseum te vinden zijn dan bij de doelgroepen die van huis uit geen ervaring hebben

met musea, omdat bij studenten vaak minder sprake is van een negatieve beeldvorming.

Cultuurcheques

De cultuurparticipatie van studenten wordt volgens dit panel belemmerd door 'de jacht op het diploma'. "Studenten zijn – onder ander door de strengere eisen die aan hen worden gesteld – veel 'materiëler' geworden. Na hun studie blijven ze vaak 'hangen' in Gent. Dan pas beginnen ze deel te nemen aan het culturele leven." Het probleem van 'te strakke schema's' speelt vooral bij hogeschoolstudenten: dit type studenten heeft daardoor minder vrije tijd dan universiteitsstudenten. Om de cultuurparticipatie van die groep te bevorderen konden studenten van de Hogeschool Gent uitgaven voor culturele activiteiten gedeeltelijk terugbetaald krijgen, op basis van de originele tickets. Een student kreeg maximaal 24,79 euro per academiejaar terug. Slechts 10% van de studenten bracht cultuurtickets in. Studenten van de Arteveldehogeschool krijgen alleen een tegemoetkoming in de onkosten van culturele activiteiten als die in groepsverband plaatsvinden. Deze systemen worden met ingang van het komend academiejaar vervangen door Cultuurcheques, die zowel aan hogeschool- als aan universiteitsstudenten worden uitgereikt. Zij kunnen voor 15 euro een carnet met tien verschillende cultuurcheques kopen, per carnet wordt 35 euro bijgelegd. De cheques zijn gebonden aan een bepaalde Gentse instelling. Met dit nieuwe systeem worden dus alleen lokale culturele activiteiten ondersteund. Er zijn vijf verschillende carnets, met telkens een andere mix van culturele instellingen. Het eerste carnet legt het zwaartepunt op film, het tweede op concerten, het derde op podiumkunsten en dan zijn er twee gemengde carnets. In alle carnets zijn minimaal twee cheques voor musea opgenomen. Van de 55.000 beschikbaar gestelde cheques zijn er 12.500 (23%) voor Gentse musea bestemd: het Bijloekemuseum zit daar (nog) niet bij. Het streven is dat 12% van de studenten zich carnets zal aanschaffen. Als er een cheque voor het nieuwe stadsmuseum wordt opgenomen in diverse carnets, zal het bezoek aan dit museum door studenten een flinke impuls krijgen.

Publiekspotentieel

Het bezoek aan Gentse musea door studenten wordt ook wel belemmerd door het gegeven dat velen van hen niet in Gent wonen. De kotstudenten gaan elk weekend naar huis. Volgens het panel gaat het om zo'n 50% van de universiteitsstudenten en zo'n 30% van de hogeschoolstudenten. Daarnaast zijn er veel die heen en weer pendelen tussen Gent en hun ouderlijk huis. De kotstudenten en pendelaars laten het lokale culturele leven in hun (oorspronkelijke) woonplaats niet los. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de geografische herkomst van de toegangskaartjes voor culturele voorzieningen, die studenten inleverden in het kader van de genoemde terugbetalingssystemen. Daar staat tegenover dat veel studenten die elders studeren zich richten op het Gentse culturele leven. De panelleden wijzen ook op het publiekspotentieel dat de naar schatting 400 buitenlanders bieden die in Gent studeren in het

kader van internationale projecten zoals Erasmus en Socrates. Die beschikken over massa's vrije tijd, met name in de weekenden en de zomervakanties en zijn vaak geïnteresseerd. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de uitstapjes die ze ondernemen naar Brussel en Brugge. Het nieuwe stadsmuseum kan samenwerking zoeken met de Dienst Internationale Betrekkingen van de universiteit die twee keer per jaar een onthaaldag organiseert. Daarnaast is er een nog grotere groep studenten die postuniversitair onderwijs in Gent volgt. Zij zijn iets ouder dan 'normale' studenten en daardoor wellicht gemakkelijker te interesseren. Bovendien zijn er duizenden mensen werkzaam op de universiteit en hogescholen, het personeelsbestand vormt een relatief gemakkelijk te benaderen publiekspotentieel.

Een pluspunt is dat de academie en het conservatorium van de Hogeschool Gent op de site zelf zijn gevestigd: de studenten van deze kunstopleidingen vormen wellicht een goed te bereiken doelgroep.

SPECIFIEKE ACTIVITEITEN

Tentoonstellingsonderwerpen

Uiteraard is Gent als universiteitsstad voor deze doelgroep een interessant onderwerp. Dit panel wenst dan ook een tentoonstelling over studenten en het studentenleven. Dit kan aandacht besteden aan studentenlegendes, studententradities (bijvoorbeeld studentendopen) en de bezettingen van het rectoraat.

Ook dit panel vindt onderwerpen die aansluiten op de gepercipieerde, specifieke Gentse volksaard aansprekend. Zij koppelen dit echter meer aan 'uitgaan'. Ze komen daarom met het thema 'Gent als fuifstad': de stad heeft op dit vlak een reputatie en dit onderwerp zal zeker bij studenten aanslaan. Iemand brengt naar voren dat in het kader van het TIMEfestival 1997 een 'openbaar onderzoek' is uitgevoerd rond de Kuiperkaai (zie ook Gielen 2000). In deze wijk werd vroeger uitgegaan door studenten. Zo'n onderzoek zou ook aangaande de Overpoort – de huidige uitgaanswijk – uitgevoerd kunnen worden. Beide onderzoeken zijn vervolgens te verwerken in een tentoonstelling over uitgaan in Gent, waarin ook cafégeschiedenissen behandeld kunnen worden. Tot slot brengt dit panel nog het onderwerp 'Jeugdculturen vroeger en nu' in.

Activiteiten

Er is bij deze intermediairs geen behoefte aan rondleidingen door het museum, want ze zijn geen van allen direct betrokken bij het organiseren van excursies. In het eerste deel van dit rapport is reeds te berde gebracht dat

het nieuwe museum een multifunctioneel karakter zou kunnen krijgen, onder andere door ruimtes voor vergaderingen, diploma-uitreikingen of workshops voor studenten aan te bieden. Aangezien het stadsmuseum over de nodige kennis over Gent beschikt, zouden museummedewerkers wellicht ingeschakeld kunnen worden bij de introductie van de stad aan nieuwe studenten. Begonnen zou kunnen worden met het (mede-)ontwikkelen van pagina's met achtergrondinformatie over de stad. Het is namelijk opmerkelijk dat die informatie ontbreekt op de websites van de universiteit en de hogescholen, terwijl aankomende studenten zich vaak bij hun keuze voor een opleiding laten leiden door de vestigingsplaats. "De stad is een troef die niet door de onderwijsinstellingen wordt uitgespeeld." Uiteraard dient het onderdeel over de stad op de site van de onderwijsinstellingen gelinkt te worden aan de website van het stadsmuseum.

Een gratis openstelling van het museum voor studenten op onthaaldagen of tijdens introductieweken is ook een goed idee. Nog beter is het als het stadsmuseum een bijdrage levert door het organiseren van stadswandelingen, waardoor nieuwe studenten Gent beter leren kennen. Men denkt daarbij aan: kroegentochten conform de culinaire tocht van *Vizit* en wandelingen die 's avonds of 's nachts plaatsvinden. Het is sowieso goed als er een pakket van interessante stadswandelingen voor studenten komt: "Nu zijn dit soort wandelingen vooral geconcentreerd tijdens de *Gentse Feesten*: dus geconcentreerd in tijd waardoor er slechts plaats is voor een beperkt aantal deelnemers. Die wandelingen kunnen toch ook tijdens het gehele academiejaar aangeboden worden." Stadstours voor studenten kunnen het beste ontwikkeld en begeleid worden door studenten die reeds een aantal jaren in Gent verblijven, want die kunnen het best inspelen op het referentiekader van de doelgroep "Vroeger organiseerden studenten van de Sociale Werkgroep Geschiedenis hele interessante rondleidingen."

'Partnership exhibitions'

Dit panel hecht veel waarde aan het 'samen ontwikkelen' van projecten: het museum dient zich niet paternalistisch op te stellen. De pr-medewerker van de Universiteit Gent geeft aan dat er interessant en goed gearchiveerd informatiemateriaal over de Dienst Studentenactiviteiten en de Zwarte Zaal beschikbaar is. "Hier is nog niet veel mee gebeurd: misschien kan het stadsmuseum dit in samenwerking met geschiedenisstudenten ontsluiten. Dit is in te kleden in workshops." Tentoonstellingen die in samenwerking met studenten tot stand komen, dienen niet alleen in het nieuwe stadsmuseum getoond te worden, maar ook op locaties binnen de onderwijsinstellingen. Gent Cultuurstad vzw zou kunnen inventariseren welke studenten en groeperingen reeds bezig zijn met cultureel erfgoed – in de breedste zin van het woord – om die te betrekken bij werkgroepen die tentoonstellingen of andere projecten ontwikkelen. Het is belangrijk dat studentenorganisaties, zoals: de universitaire filmclub, het literaire tijdschrift *Sanseveria* en galerij *KunstZicht* ook in dit netwerk worden opgenomen.

Gebruik maken van intermediairs

Bij de informatieverbreiding over het nieuwe stadsmuseum kunnen de diverse diensten studentenactiviteiten actief meewerken. "Momenteel verspreiden musea de informatie over hun aanbod vooral door middel van folders, dit 'papier circuit' is een passieve, weinig effectieve strategie. Die folders verdwijnen in de 'bakken' aan de ingang van de studentenrestaurants." Nu de diverse diensten in het kader van de Cultuurcheques meer met elkaar samenwerken, kan er wellicht een andere aanpak worden ontwikkeld, bijvoorbeeld het rondzenden van e-mails naar studentenverenigingen. "De meeste verenigingen hebben een cultuurpreases, maar die heeft geen prominente rol: de feestpreases die fuiven organiseert heeft veel meer status. De cultuurpreases is allang blij als hij leuke voorstellen voor activiteiten toegestuurd krijgt, want dan hoeft hij ze zelf niet te bedenken." Hogeschoolstudenten kunnen ook via klasverantwoordelijken worden benaderd, die vormen een belangrijk doorgeefluik. De druk van het prestatiegerichte studeren, zorgt er helaas voor dat studenten steeds minder ruimte hebben om dit soort intermediaire taken te vervullen: "Dit zou meer gestimuleerd kunnen worden, bijvoorbeeld door het toekennen van studiepunten." 'Ambassadeurs', die mond-tot-mondreclame genereren kunnen ook worden gezocht bij studenten van de kunstopleidingen: die zijn deels op de Bijlokesite geherbergd en bij die studenten mag interesse in cultureel erfgoed worden verondersteld. Aangezien veel studenten naar de radio luisteren – "bijvoorbeeld in de auto of tijdens het maken van praktijkoefeningen" – valt ook te denken aan informatieverstrekking via de radio, bijvoorbeeld door middel van door het stadsmuseum ontwikkelde quizen over de stad. Een andere suggestie is reclame of een artikelenserie in het studententijdschrift *Schamper*. Aandacht van studenten is te vangen door invalshoeken vanuit een bepaalde subcultuur zoals de al eerder genoemde graffiti of "de gigantische sciencefiction-fantasy cultuur, want daar zijn veel jongeren mee bezig." Het creëren van een hype hoeft niet geschuwd te worden." Studenten moeten 'gehypt' worden. Hogeschoolstudenten gaan vooral naar het SMAK, naar tentoonstellingen zoals *Körperwelten* in Brussel of naar het *Modejaar* in Antwerpen, omdat dit zaken zijn waar de media veel aandacht aan besteden. Er moet echter voor gewaakt worden dat die hypes de 'echte cultuurlijfhebbers' wegjagen.

TOERISTEN

BELEMMERINGEN VOOR MUSEUMBEZOEK

Beeldvorming

De tien leden van het toerismepanel vertegenwoordigen gidsenorganisaties, toeristische diensten en incoming agencies (zie de panelbeschrijving in Bijlage 1). Hen is gevraagd om in steekwoorden aan te geven welk imago Gent heeft bij toeristen. Dit leverde de volgende resultaten op.

NEGATIEF	NEUTRAAL	POSITIEF
Goed bewaard geheim.	Historisch (2x). Middeleeuwse stad (2x). Lam Gods (2x). SMAK. Gravensteen. Toeristisch. Cultureel. Gastronomie. Haven. Universiteitsstad. Jong en controversieel.	Gevarieerd, levendig, biedt meer dan andere plaatsen. Mooi en groot. Groots. Levendige stad. Rijk cultureel aanbod. Sfeer en tof. Stout.

Het valt op dat neutrale omschrijvingen domineren. Samen met de enige negatieve associatie, 'goed bewaard geheim', duidt dit er op dat de stad Gent niet optimaal wordt gepromoot. Met 400.000 overnachtingen per jaar concurreert Gent als toeristische citybestemming met Brugge, Antwerpen en Brussel. In vergelijking met 'peperkoekstad' Brugge leeft Gent meer en weet het de historische weelde meer te combineren met dynamiek en hedendaagse kunstuitingen (Ruis en Damen 2002). Gent biedt zowel vernieuwende beeldende kunst als hedendaagse podiumkunsten. Binnen de gemoedelijke, kleinschalige, historische sfeer valt er derhalve veel 'moderns' te ontdekken. Dit is een heel sterk punt aangezien er op de cultuurtoeristische markt behoefte is aan 'klein en gevarieerd', terwijl het aanbod veelal middelgroot en gelijksoortig is. Er is steeds meer behoefte aan activiteiten die de

verbeelding versterken omdat er nog iets te ontdekken valt, dan aan de instant-ervaring die de vele 'all-in-resorts' en entertainmentcomplexen bieden. Unicité is het kenmerk van de meest tot de verbeelding sprekende vormen van cultureel toerisme (Toerisme Recreatie Nederland 2001). De specifieke eigenzinnige aard van Gent is in alle panels naar voren gebracht en hier terug te vinden in het steekwoord 'stout'. Deze karakteristiek biedt een extra dimensie die het unieke karakter van Gent benadrukt. Met een betere citymarketing zou Gent niet alleen meer geassocieerd kunnen worden met de schilderachtige binnenstad en het rijke culturele verleden, maar ook met de sprankelende studentencultuur en het rijke vernieuwende cultuuraanbod.

Verblijfsduur rekken

Sommige panelleden signaleren bij organisatoren van toeristische excursies: "Een evolutie naar 'versnippering'. Men meent dat een dagje Gent te lang duurt en te weinig afwisseling biedt en combineert Gent daarom met een bezoek aan een andere Vlaamse stad." Anderen menen dat de vraag naar dagprogramma's bijzonder groot blijft: "Het hangt af van hoe je het programma invult: als je voldoende afwisseling biedt, ervaart men een hele dag in Gent heus niet als te lang. De aard van de doelgroep speelt daarbij ook een rol." In feite is er in Gent meer dan genoeg te doen om er één hele dag of meerdere dagen te verblijven. Dit kan veel nadrukkelijker naar buiten worden gebracht en wellicht kan het nieuwe stadsmuseum daar een rol bij spelen. Niet alleen door informatieverstrekking over de stad via de stadsmuseumwebsite, maar ook door in samenwerking met bestaande toeristische organisaties een aantrekkelijk activiteitenaanbod voor toeristen te ontwikkelen.

De gidsenorganisaties

Er zijn drie grote gidsenorganisaties in Gent: de Gidsenbond, Gandante en Vízit. Zij bieden een scala aan thematochten – veelal te voet, maar ook op de fiets of per boot – die in totaal meer dan 100 programma's omvatten²³. Daarnaast ontwikkelen deze gidsenorganisaties ook programma's op aanvraag. Bij de Gidsenbond is er vaak een museumbezoek opgenomen in de stadstours. De gidsen van de Gidsenbond leiden hun groep dan zelf door het museum rond. Gandante ontwikkelt (halve)dagprogramma's op en rond de tijdelijke tentoonstellingen in de Sint-Pietersabdij. De vertegenwoordigers van deze organisatie signaleren de trend dat men behalve van de expositie van nog veel meer wil 'genieten'. "De locatie, de omgeving en haar culinaire aanbod vindt men ook belangrijk. Museumbezoek dient daarom te worden ingekaderd in een groter 'sfeergeheel'". Vízit doet weinig aan museumbezoek. Er wordt wel samengewerkt met het SMAK en ook met de Sint-Pietersabdij: dan gaat het echter niet om een traditioneel museumbezoek,

23. Zie voor een beschrijving van het aanbod van stadstochten Bijlage 1 bij de samenstelling van het toeristenpanel (pagina 121).

maar om een nocturne met een diner. Ten aanzien van de duur van een rondleiding door een museum of tentoonstelling stellen de ervaren gidsen dat de 'pijngrens' veelal bij één uur ligt. Bij echte liefhebbers kan dit worden opgerekt tot maximaal twee uur. Het nieuwe stadsmuseum zou naar mogelijkheden kunnen zoeken waarop de musea en de gidsenvereniging optimaal elkaars know-how kunnen benutten.

SPECIFIEKE ACTIVITEITEN

Onthaal- en doorverwijsfunctie

Al eerder kwam aan de orde dat het nieuwe stadsmuseum groepen die met gidsen komen goed moet kunnen ontvangen: in het eerste deel is aangegeven welke voorwaarden hierbij zijn gesteld. Daar is ook gesteld dat het nieuwe stadsmuseum bezoekers aan Gent kan opvangen en informeren over het cultuur-toeristische aanbod in de stad. Het stadsmuseum als eerste kennisgeving met de stad – zowel voor groepen als individuen – vindt dit panel een hele interessante optie. “Hier kan het volledige culturele aanbod van de stad overzichtelijk worden gepresenteerd, waardoor mensen gericht kunnen kiezen hoe ze hun stadsbezoek gaan invullen.” Als presentatiemiddelen zijn geopperd: een audiovisuele introductie conform Paristoric in Parijs, waarin de stad in vogelvlucht wordt voorgesteld, of de multimediale introductie London Experience. “Er zou een gelijkwaardige ‘belevenis’ over Gent en haar geschiedenis gecreëerd kunnen worden.” Een ander idee is een interactieve maquette of plattegrond met geluidsfragmenten: “Dat is zowel voor toeristen als voor Gentenaars interessant”.

Individuele toeristen dienen de aangereikte informatie ook te kunnen meenemen, als ondersteuning bij de verdere verkenning van de stad. Het mooiste zou zijn als stadsbezoekers op basis van hun interesses en de beschikbare tijd via computers een eigen wandel- en bezoekplan kunnen samenstellen en uitprinten. “Bijvoorbeeld: iemand geeft aan twee uur de tijd te hebben en geïnteresseerd te zijn in de klassieke trits Gravensteen, een boottochtje en Lam Gods, dan geeft de computer de snelste route aan en toont meteen welke bezienswaardigheden men onderweg nog meer tegenkomt”. Deze mogelijkheid zou ook via de website van het nieuwe stadsmuseum aangeboden kunnen worden, zodat toeristen zich thuis via internet al uitgebreid kunnen oriënteren en voorbereiden op hun uitstapje naar Gent. De gepersonaliseerde stadswandelingen zouden op de site uitgebreid kunnen worden met een culturele agenda, zodat de potentiële stadsbezoeker meteen wordt geïnformeerd over de podiumkunstuitvoeringen en exposities die in Gent plaatsvinden op het tijdstip dat hij of zij deze stad wil bezoeken.

Verbinding met het centrum van de stad

In dit panel is vastgesteld dat “toeleiding naar de oude binnenstad via de periferie gelegen Bijlokesite een erg opgelegde structuur is, die alleen wordt gevolgd als de site een grote meerwaarde krijgt”. Daarom dient de Bijlokesite een levendige plek te worden waar men gemakkelijk op de eigen behoeften toegesneden informatie kan krijgen. Daarbij moet er voldoende parkeer-ruimte zijn: zowel voor autobussen als voor personenauto's. Andere randvoorwaarden zijn: voldoende sanitair, een ruim horeca-aanbod, een ruim voorplein en veel groen. De gewoonte om rechtstreeks naar het centrum te trekken, valt gemakkelijker te doorbreken bij groepen (die met hun bus op de site worden afgeleverd) dan bij individuele toeristen (die gewoon de stad in rijden). Die laatste groep kan wellicht verleid worden om toch eerst de Bijlokesite aan te doen als er een permanente en attractieve verbinding met het centrum wordt gerealiseerd. Het moet gaan om een originele shuttle-dienst over de Leie die past in de historische omgeving. Bijvoorbeeld platbodems, die via kabels heen en weer worden getrokken, met slechts één opstap- en afstapplaats. Zo'n shuttledienst kan een attractie op zich worden, zodat ook degenen die slechts 3 à 4 uur te besteden hebben in Gent en degenen die eerst naar hun hotel in het centrum zijn gegaan toch naar de Bijlokesite komen, om zich daar te laten informeren en vervolgens de shuttle te nemen. Dit betekent wel dat iedereen altijd snel aan de gewenste informatie geholpen dient te worden, zonder te veel oponthoud. Voorts is het heel belangrijk dat men snel en gemakkelijk op de Bijlokesite kan komen. De gemeente dient daarom voor een goede signalisatie te zorgen vanaf het station, de invalswegen, de nabij gelegen parkeerplaatsen en het stadshart. Het zou mooi zijn als hierbij ook is aangeduid hoe men het snelst bij de site kan komen. Bijvoorbeeld bij de parkeerplaats: te voet bent u in 7 minuten bij de Bijlokesite, bij het station: met tram 1 bent u er in 10 minuten of bij de Graslei: met de bootshuttle bent u er in een kwartier. Op de Bijlokesite dient een gelijksoortige bewegwijzering te staan naar cruciale plekken elders in de stad.

Als dit allemaal gerealiseerd is, staat het stadsmuseum voor de uitdaging om degenen die vanaf de Bijlokesite hun stadsrondgang aanvangen te verleiden om voorafgaand of na die rondgang ook het museum te bezoeken. Daarnaast kan vanuit de Bijlokesite ook het bezoek aan de andere Gentse musea worden gestimuleerd. Dit kan bijvoorbeeld door combinatiekaarten aan te bieden die niet alleen een ticket voor het stadsmuseum en voor de bootshuttle omvatten, maar ook een toegangsbewijs voor de andere vier musea die aan de Leie zijn gevestigd: het Huis van Alijn, het Design museum Gent, het Gravensteen en het MIAT.

Aangezien het ondoenlijk is om al die musea op één dag te bezoeken, dient zo'n combinatieticket langer geldig te zijn.

Stadsrondleidingen

Een deel van de individuele toeristen stelt een tour onder begeleiding van een gids op prijs. Het huidige aanbod van de gidsenorganisaties is echter

vooral gericht op groepen die zich vooraf inschrijven. Vízit en de Gidsenbond organiseren wel tochten waar individuele toeristen zich bij aan kunnen sluiten, maar dit aanbod is niet toereikend. Wellicht kunnen er vanuit het stadsmuseum ‘open’ stadswandelingen worden aangeboden op vaste tijdstippen die in samenwerking met de Gentse gidsenverenigingen worden ontwikkeld en uitgevoerd. Het museum stelt dan historische kennis en inschrijffaciliteiten beschikbaar en de gidsenbonden hun know-how voor wat betreft rondleiden en thema's die aanspreken.

Tentoonstellingsonderwerpen

Binnen dit panel is met nog meer verve dan bij de andere panels ‘de vrijheidslievendheid van de Gentenaar’ als belangrijk thema ingebracht. Ook deze panelleden koppelen dit aan socialisme en orangisme, maar vooral ook aan tegendraadheid. De Gentse mentaliteit en geschiedenis zou tevens tegen de Europese historie afgezet kunnen worden. De stadsgidsen geven aan dat het beeld van de ‘tegendraadse Gentenaar’ ook onder buitenlandse toeristen leeft. Ze ‘bespelen’ dit bijvoorbeeld door een link te leggen naar de eventuele onderdrukking – in het heden of in het verleden – in het land van herkomst en de manier waarop daar op die tirannie gereageerd wordt. Industrialisatie en de universiteit zijn ook onderwerpen die dit panel belangrijk acht. Voorts meent dit panel dat het begrip ‘kruispunt’ een belangrijke invalshoek vormt: Gent ligt immers op een kruispunt van rivieren en verbindingswegen en tussen Vlaanderen en Brabant. Tot slot is dit panel van mening dat Gent zeker als Vlaamse kunststad met een rijke geschiedenis belicht moet worden.

Meertaligheid

Men is eensgezind over de noodzaak van meertalige informatie (Nederlands, Duits, Frans en Engels, eventueel aangevuld met Spaans en Japans). Dit geldt voor alle ingezette media: zaalteksten, museumfolders, routebeschrijvingen, teksten van audiotours, videofilms en andere audio-visuele presentaties. Meertaligheid dient gepaard te gaan met “meerculturigheid”, in de zin dat de informatie aansluit op het referentiekader van de diverse nationaliteiten. Bij Engelsen is bijvoorbeeld een ander vergelijkingskader nodig dan bij Duitsers.

Gebruik maken van intermediairs

Om informatie te verspreiden over het nieuwe stadsmuseum onder toeristen zou het nieuwe stadsmuseum gebruik kunnen maken van het veelomvattende netwerk van toeristische organisaties.

Vrijwel alle in dit panel vertegenwoordigde organisaties beschikken bijvoorbeeld over uitgebreide adressenbestanden van socio-culturele verenigingen, die een kansrijke doelgroep voor het nieuwe stadsmuseum vormen. Indien er bij de ontwikkeling van het aanbod van het nieuwe stadsmuseum wordt samengewerkt met de gidsenverenigingen, ligt het voor de hand bij de opening een (e)mailing rond te sturen via die bestanden. Die socio-culturele

verenigingen kunnen daarnaast het beste in het vroege najaar worden benaderd met het activiteitenaanbod van het museum, omdat die verenigingen dan hun programma opmaken.

De Bijlokesite kan alleen de gesuggereerde onthaal- en doorverwijsfunctie krijgen als toeristen van alle kanten hier naartoe worden doorverwezen, met name bij de balies van hotels en van de Dienst Toerisme. Zowel in hotels als bij de Dienst Toerisme worden gasten overspoeld met affiches en brochures. De receptionisten aldaar kunnen aangeven dat er op de Bijlokesite adviesopmaat te verkrijgen is. Gent Cultuurstad vzw zou waardevolle intermediairs, zoals de stadsgidsen en baliemedewerkers van diverse toeristische organisaties, door gerichte informatierverspreiding op de hoogte kunnen houden van de mogelijkheden die de Bijlokesite biedt. In een aantal hotels worden bonus-checks uitgereikt. Daar zou een coupon voor een gratis tochtje met de Bijlokeshuttle aan toegevoegd kunnen worden om hotelgasten te stimuleren de Bijlokesite en het stadsmuseum te bezoeken.

DEEL III

Conclusies en aanbevelingen

INLEIDING

Met dit onderzoek zijn de wensen en behoeften van acht cruciale doelgroepen van het nieuwe stadsmuseum onderzocht. Het gaat om: onervaren museumbezoekers, allochtonen, jonge gezinnen, senioren, leerlingen uit het basisonderwijs, leerlingen uit het secundair onderwijs, studenten en toeristen. Dit gebeurde aan de hand van discussies binnen acht panels, die elk één van de centraal gestelde doelgroepen vertegenwoordigden. Het gaat hierbij niet om directe vertegenwoordigers, maar om intermediairs: mensen die veel te maken hebben met de betreffende doelgroep (zie de samenstelling van de panels in Bijlage 1).

In deze samenvatting worden eerst de belangrijkste onderzoeksresultaten samengevat.

Daarna worden de volgende belangrijke thema's uitgelicht: het begrip actief erfgoedbeleid, de architectuur van het museum en de benutting daarvan, de onthaal- en doorverwijsfunctie van het museum, de invulling van exposities en de communicatie met potentieel publiek. Bij die thema's wordt eerst de uit de groepsdiscussies gedestilleerde algemene opinie omschreven, dan volgen concrete aanbevelingen die uit de paneldiscussies zijn voortgekomen. Die suggesties sluiten aan op de wensen en behoeften van alle onderzochte doelgroepen. Het is echter van groot belang dat er ook doelgroepgerichte marketing plaatsvindt: de juiste groep dient met de juiste informatiemiddelen over het juiste aanbod te worden geïnformeerd. Ten behoeve van die doelgroepgerichte marketing is na de algemene aanbevelingen aangegeven welke activiteiten en informatiekanalen relevant zijn voor de acht onderscheiden doelgroepen. Deze sterk op de praktijk gerichte voorstellen zijn veelal letterlijk opgetekend uit de mond van de geraadpleegde sleutelfiguren en vormen een concrete aanvulling op de meer abstracte visies op het nieuwe stadsmuseum die reeds door deskundigen zijn ontwikkeld. Hiermee heeft het potentiële publiek indirect een stem gekregen.

Aan het einde van dit rapport volgen suggesties voor vervolgonderzoek onder directe vertegenwoordigers van de cruciale doelgroepen. Daarmee kan het inzicht in de wensen en behoeften van het toekomstig publiek nog meer worden verdiept.

ALGEMENE CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

BELANGRIJKSTE UITKOMSTEN

Gent Cultuurstad vzw streeft een centrum voor erfgoedbeleid na, dat zowel actief omgaat met het erfgoed als met het publiek. Eén van de ontwikkelaars van het nieuwe Gentse stadsmuseum heeft een pleidooi gehouden om de stellingen als eerste groep te beschouwen, "als vertrekpunt van waaruit stadsmusea kunnen doorgroeien tot centra die ook voor toeristen interessant zijn" (Thielemans 2002). Gezien de uitkomsten van dit onderzoek lijkt dit heel goed mogelijk, want veel van de wensen en verwachtingen die zijn toegeschreven aan de lokaal-regionale doelgroepen stemmen overeen met de behoeften die aan toeristen zijn toegeschreven. Zo hechten alle geraadpleegden er grote waarde aan dat het museum laagdrempelig wordt. Om dit te bewerkstelligen dient er volgens hen bij de ontwikkeling van museale en activiteiten intensief te worden samengewerkt met zo veel mogelijk partijen in de stad. Er is ook een collectieve vraag, zowel naar rondleidingen door een gids als naar zelfstandig af te leggen parkoersen door het museum en de stad. Een algemeen gedragen wens is voorts dat er informatie over het museum wordt verspreid via een aantrekkelijke website, via intermediairs die in direct contact staan met de diverse doelgroepen en via reizende exposities (lieft in de vorm van een museumbus). De geraadpleegden achten het van groot belang dat de exposities in het museum aansluiten op de belevingswereld en de kennisniveaus van de uiteenlopende doelgroepen die zij vertegenwoordigen. Hierbij lijkt niet echt sprake te zijn van conflicterende verlangens. Er zijn veel onderwerpen aangedragen die voor alle doelgroepen interessant zijn en alle onderzochte doelgroepen stellen interactieve presentaties en anekdotische informatie op prijs. De behoeften aan achtergrondinformatie over de tentoongestelde objecten en expositiethema's lijken het meest tussen de doelgroepen te divergeren. Aan deze uiteenlopende wensen kan tegemoet worden gekomen door een adequate mix van presentatiemiddelen. Een stadsmuseum dat in de eerste plaats is ingericht als aanspreekpunt voor de eigen bewoners, blijkt ook heel goed als appetizer en uit-

valsbasis voor toeristen te kunnen fungeren. Voor dit laatste zijn echter een aantal infrastructurale voorzieningen nodig. Daarnaast zullen er zowel voor toeristen als voor de diverse lokale doelgroepen specifieke aanvullende activiteiten ontwikkeld dienen te worden.

ACTIEF ERFGOEDBELEID

Gent Cultuurstad vzw streeft een 'actief erfgoedbeleid' na. Niet alle geraadpleegde panelleden hebben een beeld bij dit begrip en de beelden die de overigen wel hebben, variëren sterk. Een samenvoeging van die omschrijvingen leidt tot de volgende definitie:

Het in samenwerking met zo veel mogelijk relevante partijen onderhouden, beschermen en voor een zo breed mogelijk publiek toegankelijk maken van de neerslag van het verleden: vanuit nieuwe invalshoeken en gericht op herwaardering en profilering van de stad.

Aanbevelingen

- Hanteer het begrip 'actief erfgoedbeleid' niet in de communicatie naar buiten, maar leg uit waar het museum voor staat.
- Inventariseer welke culturele-, wijk-, allochtone-, onderwijs-, studenten-, toeristische en gidsenorganisaties betrokken kunnen en willen worden in een netwerk dat het nieuwe stadsmuseum als 'moedermuseum' opbouwt om het beoogde actief erfgoedbeleid concreet in te vullen.
- Bied een 'totaalervaring' aan: het museum dient niet alleen mogelijkheden voor tentoonstellingsbezoek te bieden, maar ook aanleiding te geven om de stad te exploreren.
- Profileer Gent als een vrijheidslievende stad met een tegendraadse bevolking en een levendig uitgaansleven aan de hand van Gentse opstandelingen, gastronomische onderwerpen en het studentenleven.
- Besteed daarnaast aandacht aan de stadsontwikkeling van verleden tot heden en mogelijke toekomstige ontwikkelingen, met aandacht voor industriële ontwikkelingen en de rol van de haven.

ARCHITECTUUR EN BENUTTING DAARVAN

Op grond van de in de panels geventileerde opvattingen zou het nieuwe stadsmuseum er als volgt moeten uitzien:

Een laagdrempelig tentoonstellings-, informatie- en ontmoetingscentrum, bestaande uit een combinatie van gerestaureerde historische gebouwen met ruime, lichte en open nieuwbouw, omringd door levendige, lommerrijke pleinen, sfeervolle horeca en museumshops. Het is een museum over de Gentenaars: hun verleden, heden en toekomst.

Aanbevelingen

- Houd bij het pakket van eisen voor de nieuwbouw zo veel mogelijk rekening met de hierboven aangegeven architectonische wensen.
- Combineer een traag en een snel ritme door historische gebouwen met een beschouwende, contemplatieve en introverte sfeer en een permanente invulling te koppelen aan nieuwbouw, die een meer avontuurlijke, prikkelende, extraverte uitstraling heeft en wisselende tentoonstellingen biedt die ingaan op de actualiteit.
- Zorg voor voldoende opvang- en loopruimte voor groepen.
- Wissel grote zalen, die geschikt zijn voor groeps rondleidingen, af met meer intieme ruimtes die zich beter lenen voor individueel bezoek.
- Zorg voor een goede akoestiek, waardoor een gids goed te verstaan is maar geen overlast geeft en waar het geluid van kinderen ook niet te veel resoneert.
- Spannende labyrintische constructies in het gebouw maken het museum aantrekkelijk.
- Het museum dient zodanig ontworpen te worden dat bezoekers nooit langs dezelfde weg hoeven terug te keren en altijd snel de uitgang kunnen vinden.
- Creëer goede onthaalvoorzieningen (garderobe, sanitair) en zorg voor klantvriendelijk museum personeel.
- Optimaliseer de recreatieve en commerciële functies van het gebouw en zijn directe omgeving: zorg bijvoorbeeld voor een breed assortiment in de horecavoorzieningen en museumshops met sterk uiteenlopende prijzen, en realiseer speelruimtes voor kinderen.
- Maak daarbij optimaal gebruik van de Leie: bijvoorbeeld door daaraan een terras te situeren.
- Ontwikkel een 'totaalconcept': richt ook buiten het gebouw locaties in waar bezoekers kunnen verblijven of een rondgang kunnen maken.
- Realiseer een adequate bewegwijzering en heldere plattegronden (op borden en in de vorm van een folder), opdat iedereen op de diverse binnen- en buitenlocaties wordt gewezen en er de weg naartoe kan vinden.

- Bied gekwalificeerde theaterkunstenaars en muzikanten een podium op de pleinen van de site.
- Stel ontmoetings- en vergaderruimte beschikbaar aan sociaal-culturele en studentenorganisaties.
- Hanteer ruime openingstijden: stel het museum ook 's avonds open en soms 's nachts.
- Organiseer regelmatig op specifieke doelgroepen gerichte evenementen.
- Ontwikkel projecten die een bijdrage leveren aan het openbare debat over ruimtelijke ordening.
- Realiseer een multi-mediale presentatie waarin de organische groei van de stad versneld wordt getoond.
- Zorg voor een goede bereikbaarheid met openbaar vervoer door speciale bushaltes bij de entree.
- Geef het museum een korte en krachtige naam, waarin naar Bijloke wordt verwezen: wellicht Stadsmuseum De Bijloke, maar eigenlijk is dat niet prikkelend genoeg.

ONTHAAL- EN DOORVERWIJSFUNCTIE

De algemene opinie die uit de panels naar voren komt, is dat het nieuwe stadsmuseum een multifunctionele invulling dient te krijgen. Dit is als volgt samen te vatten:

Het nieuwe stadsmuseum is zowel een informatiecentrum voor lokaal publiek als een bezoekerscentrum voor toeristen, zonder de klassieke museumtaken te verwaarlozen.

Aanbevelingen

- Realiseer ruime parkeermogelijkheden voor autobussen en personenauto's op de site.
- Ontwikkel een shuttledienst over de Leie naar het centrum: organiseer een wedstrijd voor een originele, attractieve invulling daarvan.
- Zorg voor een goede signalisatie van het station, de nabij gelegen parkeerplaatsen en het stadshart. Geef hierbij ook aan op welke wijze men het snelst van die locaties naar de Bijlokesite kan komen met een tijds-aanduiding.
- Zorg voor gelijksoortige bewegwijzering op de Bijlokesite naar cruciale plekken elders in de stad.
- Presenteer het volledige culturele aanbod van de stad op een overzichtelijke wijze, waardoor zowel Gentenaars als toeristen bewuste keuzes kunnen maken.

- Realiseer een korte, aansprekende introductie over Gent in de centrale hal van het museum: het kan hierbij gaan om een audiovisuele presentatie of om een interactieve plattegrond of maquette.
- Realiseer combinatiekaarten die niet alleen een ticket voor het stadsmuseum en voor de bootshuttle omvatten, maar ook een toegangsbevijs voor het Huis van Alijn, het Design museum Gent, het Gravensteen en het MIAT.
- Organiseer in samenwerking met de Gentse gidsenverenigen stads-wandelingen, boottochten en fietstochten rond uiteenlopende thema's voor onderwijsgroepen, Gentenaars en toeristen. Deze tours dienen vanuit het stadsmuseum te vertrekken of daar te eindigen.
- Verleid degenen die naar Gent komen om hun stadstour op de Bijlokesite te beginnen en om, voorafgaand aan die tour of achteraf, ook het museum te bezoeken.
- Ontwikkel een (semi-)permanente opstelling die door iedereen bezocht kan worden en die tevens het startpunt vormt van een aantal parkoersen die langs specifieke onderdelen en wisselende exposities van het museum en/of de stad leiden.
- Er kunnen parkoersen ontwikkeld worden op basis van: de leeftijd van de doelgroep, gewenste tijdsduur van het bezoek, geografische herkomst (Gentenaar of toerist), behoefte aan diepgang en specifieke thema's.
- Zo'n parkoers kan ruimtelijk worden uitgezet door middel van diverse vormen van bewegwijzering of specifieke opmaak van zaalteksten, maar ook door een audioguide of door aan bepaalde bezoekerstypen gebonden museum- of stadsroutebeschrijvingen.
- Welk middel er ook gekozen wordt om een parkoers aan te geven: er dient altijd veel bewegingsvrijheid te zijn binnen de aangeboden sturing.
- Zorg dat de informatieverstrekking over de stad op de Bijlokesite zo weinig mogelijk oponthoud oplevert, zodat toeristen zo snel mogelijk door kunnen stromen.
- Ontwikkel een computerprogramma waarmee de museum- en/of stadsbezoeker op basis van opgegeven interesses en beschikbare tijd een routebeschrijving kan opvragen van het meest geschikte parkoers (of combinatie van parkoersen) door het museum en/of de stad.
- Ontwikkel op de website van het nieuwe stadsmuseum speciale pagina's voor toeristen van buiten de stad met voorlichting over het culturele erfgoed in Gent en over het actuele cultuuraanbod, zodat ze zich voor hun bezoek aan Gent uitgebreid kunnen oriënteren. Neem de hierboven beschreven mogelijkheid om gepersonaliseerde routebeschrijvingen samen te stellen in de site op en vul dit aan met tips aangaande de podiumkunstuvoeringen, exposities en culturele evenementen die plaatsvinden ten tijde van het voorgenomen stadsbezoek.

INVULLING TENTOONSTELLINGEN

Een optelsom van de visies binnen de panels over de invulling van tentoonstellingen in het nieuwe stadsmuseum leidt tot een sterk multidisciplinaire benadering. De geraadpleegden staan het volgende type tentoonstellingen voor:

Tentoonstellingen die zijn ingericht vanuit economische, sociale, culturele, politieke en demografische dimensies op basis van een historisch vergelijkend perspectief met een aansprekend en herkenbaar thema²⁴. Met name voor toeristen, senioren en onderwijsgroepen kunnen ruimtelijke bakens zoals markante gebouwen als kapstok dienen.

Aanbevelingen

- Belangwekkende thema's zijn:
 - a. de drang naar vrijheid (opstandigheid) van de Gentenaar gekoppeld aan de arbeidersstrijd en de vernederlandsing van de Gentse Universiteit,
 - b. het rijke cultuuraanbod in Gent: vroeger en nu.
 Beide thema's passen in het overkoepelende perspectief 'de specifieke identiteit van Gent'.
- Licht het thema 'opstandigheid' toe aan de hand van tot de verbeelding sprekende vrijheidsstrijders (socialistische leiders, voorgangers bij Vlaamse ontvoogding en markante vrouwen).
- Ga bij het thema 'cultuuraanbod' ook in op de aanwezigheid van diverse allochtone culturen in Gent.
- Zet zo veel mogelijk interactieve middelen en mogelijkheden voor zelfwerkzaamheid in.
- Gebruik multi-mediale en evocatieve tentoonstellingstechnieken en maak gebruik van humor en verrassing zonder de zintuigen van de bezoekers te overbelasten.
- Gebruik anekdotische informatie in de vorm van persoonlijke verhalen over 'helden' of 'gewone' mensen waarmee het publiek zich kan identificeren.
- Verstrek de identificatiemogelijkheden door het inzetten van inlevingstechnieken en rollenspelachtige elementen.
- Leg de nadruk op visuele ervaringen. De inhoud van de tentoonstellingen dient over te komen op basis van beknopte A-teksten, dus zonder al te veel schriftelijke informatie.
- Voor bezoekers die zich meer willen verdiepen, dient echter wel vol-

24. Bij de doelgroepgebonden aanbevelingen is aangegeven welke onderwerpen de betreffende groep aanspreken.

doende geschreven informatie beschikbaar te zijn in de vorm van B- en C-teksten.

- Ontwikkel bij grote exposities een catalogus of brochure die thuis kan worden nageslagen.
- Maak zo veel mogelijk gebruik van verhelderende contrasten: in de tijd, maar ook tussen verschillende bevolkingslagen, kunst en nijverheid, diverse stadsdelen, et cetera.
- Zorg dat de chronologische opbouw binnen de tentoonstellingen altijd duidelijk is, markeer daarom aan de hand van heldere symbolen in welke tijd het aan de orde gestelde zich afspeelt.
- Speel met tijdelijke tentoonstellingen en aanvullende activiteiten in op de actualiteit.
- Zorg voor structuur opdat de bezoeker niet overspoeld wordt door het aanbod in het museum: baken de diverse onderwerpen of thema's duidelijk af²⁵.
- Aangezien een rondleiding door een gids duidelijk de voorkeur krijgt boven een audiotour kan, bij de ontwikkeling van op een tentoonstelling aanvullende presentatiemiddelen, beter geïnvesteerd worden in het eerste dan in het laatste.

COMMUNICATIE MET POTENTIEEL PUBLIEK

Over één ding zijn alle panelleden het roerend eens:

Er moet veel reclame gemaakt worden voor het nieuwe museum en de activiteiten die het ontplooit.

Aanbevelingen

- Zorg voor zichtbaarheid elders in de stad door het inrichten van vitrines en kleine tentoonstellingen.
- Leg contact met potentieel publiek door middel van 'outreachactiviteiten', 'oral history'-projecten en 'partnership expositions'²⁶.
- Ontwikkel een prikkelende, interactieve stadsmuseumwebsite.
- Maak gebruik van de (e)mailing bestanden van de intermediairs die in het netwerk van Gent Cultuurstad vzw zijn (of worden) opgenomen.
- Verspreid ruim op tijd jaarprogramma's: lopend van september tot september.

25. De eerder aanbevolen parkoersen kunnen ook de gewenste structuur bieden.

26. Aangezien de Angelsaksische landen voorop lopen als het gaat om vernieuwingen in de museale presentaties ten behoeve van een breder publieksbereik, worden nieuwe presentatievormen veelal met Engelse termen aangeduid.

- Het museum dient 'voor elk wat wils' te bieden, maar dan moeten de onderscheiden doelgroepen wel weten welke activiteiten met name voor hen zijn bedoeld en wanneer die plaatsvinden. Ontwikkel daarom op de diverse doelgroepen gerichte marketingstrategieën.
- Maak in de communicatie naar buiten duidelijk dat alle in dit onderzoek centraal gestelde doelgroepen welkom zijn.

DOELGROEPGEBONDEN AANBEVELINGEN

Onervaren museumpubliek²⁷

- Aangezien het instituut museum bij deze doelgroep onbekend en daardoor onbemind is, vereist het aantrekken van deze groep arbeidsintensieve investeringen. Zoek onervaren museumbezoekers daarom op in hun eigen omgeving en enthousiasmeer hen voor het museum. Dit kan door middel van een reizende expositie, een videofilm of een aansprekende voordracht. Koppel een programma van excursies naar en door het museum aan deze activiteiten.
- Bedenk dat ervaren museumpubliek zich op (tijdelijke) tentoonstellingen richt, maar mensen die nooit of zelden musea bezoeken niet, want zij richten zich op de gehele entourage. De informatieverstrekking over het aanbod in het museum aan deze doelgroep dient daarom ook uitgebreid in te gaan op wat het museum allemaal te bieden heeft naast de exposities.
- Mensen in achterstandssituaties zoeken eerder verstrooiing dan dat ze zich willen inspannen: het aanbod voor deze groep dient daarom niet te zwaar zijn.
- Kies voor tentoonstellingsonderwerpen die dicht bij de belevingswereld van de doelgroep staan, bijvoorbeeld de geschiedenis van de eigen buurt gekoppeld aan stadsvernieuwingsplannen.
- Bij een rondleiding van deze doelgroep is het extra belangrijk dat de gids bekend is met de voorkennis binnen de groep. De deelnemers kunnen het best actief bij de rondleiding worden betrokken, door middel van vragen en kijkopdrachten. Een rondleiding voor deze doelgroep mag nooit langer dan één uur duren en moet voldoende pauzes bevatten. Afhankelijk van het karakter van de groep kan gekozen worden voor maximaal 10 tot 20 deelnemers.
- Prijsdrempels dienen zo laag mogelijk te worden gehouden.
- Ontwikkel bij de lancering van de stadsmuseumwebsite een ICT-project

27. Met dit onderzoek zijn vooral de wensen en behoeften van een specifiek segment van deze doelgroep in kaart gebracht, te weten: lager opgeleide groepen in achterstandssituaties. Deze aanbevelingen richten zich met name op die groep.

voor Gentenaars gekoppeld aan een introductie cursus informatica voor bibliotheken en wijkcentra.

- Organiseer regelmatig evenementen, die over de drempel van het museum trekken.
- Werk samen met wijkorganisaties en gezondheidszorg binnen ‘oral history’-projecten en ‘partnership exhibition’.

Allochtonen

- Integreer onderwerpen die te maken hebben met de diverse herkomstculturen (met name de Turkse cultuur) of die ingaan op de leefsituatie van migranten in de vaste opstelling.
- Realiseer een ‘oral history’ – project over immigratiegeschiedenis in samenwerking met het CDF die reeds ervaring heeft opgedaan met een reminiscentieproject.
- Ontwikkel een stadsintroductieparkoers door het museum en wellicht ook door de stad, waardoor ‘nieuwkomers’ meer vertrouwd raken met Gent. Bij een stadstour kan worden gedacht aan een tocht per huifkar of boot om dit nog aantrekkelijker te maken.
- Ontwikkel mogelijkheden voor taallessen voor nieuwkomers in het museum aan de hand van de permanente expositie over de stad, eventueel gekoppeld aan het stadsintroductieparkoers.
- Het is belangrijk dat het museum ook de jeugd iets biedt, want via kinderen kunnen allochtone ouders over de drempel worden getrokken. De aanbevelingen gericht op jonge gezinnen die hierna komen, zijn dus ook op deze doelgroep van toepassing.
- Creëer gelegenheid om te picknicken in de directe omgeving van het museum, zodat een bezoek aan het museum aantrekkelijk wordt voor familie- of gezinsuitstapjes.
- Organiseer laagdrempelige buitenactiviteiten (een bazar, kinderactiviteiten, filmvertoningen, podiumkunstvoorstellingen) op de Bijlokesite om deze plek en het nieuwe museum meer bekend te maken.
- Om de allochtone bevolking duidelijk te maken dat het museum een prima plek is om met het gehele gezin te bezoeken kunnen specifieke pr-activiteiten worden ontwikkeld. Bijvoorbeeld een rondreizende kennismakingsexpositie gepaard met een ansichtkaartenactie die zich vooral op de (allochtone) jeugd richt. Dit kan worden ingepast in de ‘outreachactiviteiten’ die hiervoor ten behoeve van het onervaren museumpubliek zijn gesuggereerd.
- Probeer allochtonen die de Nederlandse taal niet goed spreken voor te lichten via korte informatie in hun eigen taal en via voorlichting aan intermediairs in de diverse etnische kringen.
- Organiseer gratis tweetalige rondleidingen – gezien de grote groepen Turken te beginnen met Nederlands en Turks – voor volwassenen met hun kinderen (circa 15 personen), die aan de hand van leuke opdrachten het museum spelenderwijs leren kennen. Sluit dit na zo’n uur af met een gezellig samenzijn in het museumcafé.

Gezinnen

- Naast ouders die regelmatig met hun kinderen musea bezoeken, zijn er veel ouders die dat niet gewend zijn. De eerste groep is gemotiveerd en heeft geen problemen met de kosten van een museumbezoek. De tweede groep wordt wel belemmerd door entreprijzen: voor die groep kan gezocht worden naar prijsreducerende maatregelen. Bijvoorbeeld de verspreiding van kortingskaarten via buurthuizen.
- Gezinnen die nooit eerder een museum bezochten, hebben meer behoefte aan ‘toeters en bellen’ dan degenen die vaker gaan. Toch hebben ervaren museumbezoekers ook behoefte aan extraatjes voor hun kinderen.
- Ad hoc kinderevenementen zijn leuk, maar het is nog beter om te investeren in een museum dat uitstraalt dat daar altijd iets te beleven valt voor kinderen.
- Er is weinig behoefte aan aparte kinderexposities, omdat kinderen hiermee te veel apart worden gezet. Een weloverwogen geïntegreerde aanpak, waardoor veel afdelingen zowel voor kinderen als voor volwassenen aantrekkelijk zijn, lijkt een betere oplossing.
- Zorg dat er altijd doe-activiteiten zijn: bijvoorbeeld de gelegenheid om iets maken dat mee naar huis genomen kan worden of verkleedpartijen.
- Richt ook ruimtes in waar de sfeer van de Middeleeuwen aan den lijve te ervaren is: bedompt, koud en vol luchtjes.
- Communiceer duidelijk wat wel en wat niet mag in het museum: kinderen moeten immers vertrouwd raken met de codes die gelden voor museumbezoek. Zorg wel voor een dempende akoestiek en maak de sfeer niet ‘te sacraal’, zodat gezinnen niet te snel het gevoel krijgen dat ze overlast bezorgen.
- Zorg her en der voor twee- of driezitbankjes waar ouders met kinderen ‘een reflectief moment’ kunnen inbouwen.
- Bedenk dat het audiovisuele aanbod in musea niet kan concurreren met wat kinderen op televisie en in bioscopen krijgen voorgeschoteld: zoek daarom naar andere presentatiemiddelen, die meer gebruik maken van de unieke objecten in het museum.
- Een leuk museumcafé is belangrijk, want een bezoek daaraan is een soort beloning voor kinderen. Zorg daarbij voor bijzondere hapjes en drankjes die aansluiten op het aanbod en de sfeer in het museum. Dat maakt een museumcafébezoek extra feestelijk en kan een reden geven om terug te keren naar het museum.
- Bied in de museumwinkel leuke, betaalbare souvenirs aan voor kinderen.
- Ontwikkel een speels parkoers voor kinderen.
- Bied op gezette tijden al dan niet theatrale rondleidingen voor gezinnen aan.
- Het is ook mogelijk om workshops te organiseren waarin kinderen worden voorbereid om hun eigen ouders rond te leiden. Die ouders kunnen ondertussen een afdeling bekijken die minder geschikt is voor kinderen

om daarna samen de rest van het museum in te gaan. Dit kan eventueel ook op een andere dag, door daar een speciaal entreebewijs voor uit te delen: dat bevordert herhalingsbezoek.

- Ontwikkel stadswandelingen voor gezinnen of verjaardagspartijtjes.
- Ontwikkel speciale onderdelen voor de jeugd op de museumwebsite als ‘appetizer’ en om van een museumbezoek ‘na te genieten’. Vermijd hierbij een te infantiele benadering, maar zorg wel dat de aandacht van jeugdige bezoekers wordt vastgehouden, door quizzen en andere interactieve presentaties.

Senioren

- De twee thema’s die hiervoor als het meest belangwekkend naar voren zijn gekomen – de vrijheidsdrang van de Gentenaar en het rijke cultuuraanbod in Gent – zullen zeker ook de senioren aanspreken.
- Andere onderwerpen die hen mogelijk interesseren, zijn: vrouwenemancipatie, de invloed van de universiteit, de katoennijverheid, legaten aan musea en de 19de-eeuwse gordel.
- Aandacht voor de ‘veelkleurigheid’ van het cultuuraanbod in Gent in het museum is belangrijk om het weinig positieve beeld bij te stellen dat veel senioren hebben van de multiculturele samenleving.
- Zorg voor voldoende rustplaatsen. De hiervoor gesuggereerde banken voor ouders met jonge kinderen kunnen uiteraard ook door ouderen worden bezet, maar er valt ook te denken aan het meegeven van lichte opklapbare stoeltjes.
- Beperk het aantal trappen zo veel mogelijk en zorg voor voldoende liften en let op de toegankelijkheid voor rolstoelen in alle afdelingen: ook in de liften.
- Realiseer goed aangeduide toiletten verspreid door het hele museum.
- Hou er rekening mee dat senioren meer behoefte hebben aan begeleiding bij hun rondgang dan jonger bezoek. Zorg er dus voor dat de ‘open’ rondleidingen ook op hen zijn toegesneden.
- Maak zaal- en objectteksten duidelijk leesbaar en hou ze kort en eenvoudig.
- Ontwikkel voor senioren een ‘nostalgisch parkoers’, waarmee ze zonder te hoeven zoeken langs voor hen relevante objecten en teksten worden geleid.
- Senioren houden vaak van anekdotes, ambachtsdemonstraties en ‘living history’.
- Ontwikkel grootouderprojecten waarbij grootouders, via informatieverspreiding op scholen naar hun kleinkinderen, een speciaal aanbod op de woensdagmiddagen krijgen aangeboden. Bijvoorbeeld ateliers rond oude en nieuwe kinderboeken of ‘living history’ betreffende weeshuizen.
- Bij de ontwikkeling van aanbod en pr, gericht op senioren, dienen globaal twee typen ouderen te worden onderscheiden: de cultureel actieve senior en de minder actieve, vaak wat oudere senior.

- Bied twee typen excursies aan: een dagexcursie (inclusief stadswandeling) voor de cultureel actieve senior en een middagexcursie voor de minder actieve en mobiele senior²⁸. Deze excursies kunnen ook aan senioren van buiten Gent worden aangeboden.
- Cultureel actieve senioren stellen extra documentatie die ze mee naar huis kunnen nemen zeer op prijs.
- Betrek organisaties die zich reeds bezighouden met ‘oral history’ bij de ‘oral history’-projecten van het museum. Zet ouderenorganisaties in bij het zoeken naar respondenten.
- Ontwikkel cursussen die senioren opleiden tot ambassadeurs van het stadsmuseum of tot vertellers en theatrale rondleiders. Zij kunnen vervolgens betrokken worden bij ‘outreachactiviteiten’, theatrale rondleidingen, ‘living history’- en ‘oral history’-projecten. Senioren kunnen dus een actieve rol spelen bij activiteiten, gericht op andere doelgroepen.

Basisschoolleerlingen

- Ontwikkel rond de permanente opstellingen een programma van op ieder leerjaar van het basisonderwijs toegesneden educatieve activiteiten, zodat scholen hiermee vertrouwd raken en dit ieder jaar gemakkelijk kunnen inplannen²⁹. Een gemakkelijk in te plannen structureel aanbod voorkomt immers selectieve deelname van louter cultureel actieve scholen.
- Basisscholen kunnen daarnaast ad hoc activiteiten rond een tijdelijke expositie aangeboden krijgen. Die dienen dan wel minstens 2 tot 3 maanden van te voren te worden aangekondigd.
- Ontwikkel docentenhandleidingen met tips voor de klassikale voorbereiding en verwerking van het museumbezoek en stel die gratis beschikbaar via de museumwebsite.
- Kies andere invalshoeken en overdrachtsmethodieken dan op school gebruikelijk is, zodat het museumbezoek een geheel andere ervaring oplevert dan een les op school.
- Stel de geschiedenis van Gent bij deze doelgroep aan de orde aan de hand van herkenbare en aansprekende bakens, zoals: Gravensteen, citeetjes, straatnamen, stropendragers, stadsmuren, stadspoorten en de Gentse dekenijen.
- Begin bij de diverse onderwerpen zo vroeg mogelijk in de tijd, zodat ook het verre verleden aan bod komt en kinderen meer historisch besef krijgen. Denk aan de hiervoor aanbevolen tijdsmarkeringen!
- Maak in de exposities gebruik van computersimulaties en driedimensionele afbeeldingen om de evolutie van gebouwen, architectonische stijlen en leefstijlen te tonen.

28. Op pagina 61–62 is omschreven hoe deze excursies ingevuld zouden kunnen worden.

29. Voor een inspirerend voorbeeld van dergelijk structureel aanbod met aanbevelingen voor de inrichting daarvan zie Ranshuysen 2002.

- Bied interactieve rondleidingen aan die circa driekwartier duren en worden verzorgd door goed op basisschoolgroepen ingespeelde gidsen.
- Splits een klas bij zo'n rondleiding niet op in meer dan twee groepen opdat de ervaringen binnen één klas niet te veel gaan afwijken, want dat bemoeilijkt de gezamenlijke verwerking op school.
- Zorg dat de leerlingen stikers met hun namen dragen, zodat ze herkenbaar zijn en persoonlijk aangesproken kunnen worden door de gids.
- Laat basisschoolgroepen een uur voor de officiële openingstijd binnen, zodat ze alvast de drukbezochte zalen kunnen bezoeken en na een uur toch vermengen met het overige publiek. Zo wordt overlast zo veel mogelijk beperkt en wennen kinderen toch aan een normale museum-situatie.
- Communiceer duidelijk wat wel en wat niet mag in het museum: kinderen moeten ervaren dat ze er welkom zijn, maar ook vertrouwd raken met de codes die gelden voor museumbezoek.
- Bied een sfeervolle refter aan waar kinderen in alle rust hun lunchpakket kunnen eten.
- Informeer de onderwijsgeevenden goed over inhoud en tijdsindeling van het programma in het museum en de praktische voorwaarden (garde-robe, toiletten, lunchpauzeruimte, groepsomvang, aantal benodigde begeleiders en 'huisregels').
- Een museumrondleiding kan in de laagste klassen worden voorafgegaan door een door het museum verzorgde poppenkastvoorstelling (op school of in het museum). Voor de laagste klassen kunnen ook leskisten worden ontwikkeld met tot de verbeelding sprekende museale objecten.
- Bied naast rondleidingen ook doe-activiteiten van circa een uur aan, in de vorm van een spel of een workshop. Dit is met name geschikt voor de laagste klassen.
- Voor hogere klassen kan gedacht worden aan voorbereiding op school aan de hand van Gentse liederen, een inleiding in het museum door een museummedewerker voorafgaand aan de rondleiding en een zelfstandige rondgang door het museum aan de hand van opdrachten na afloop van de rondleiding.
- In het verlengde van de hiervoor gesuggereerde 'oral history'-projecten kan er op school iemand langskomen die het recente verleden van Gent aankaart door middel van een persoonlijk verhaal. Dit kan ook via een videoband.
- Voor de hoogste klassen kunnen pakketten voor stadswandelingen met sturende opdrachten worden ontwikkeld.
- Organiseer jaarlijks een Museumdag voor het basisonderwijs, waarbij elk leerjaar een op maat gesneden programma krijgt aangeboden in meerdere Gentse musea.
- Het is mogelijk om een meerdaagse 'museumklas' aan te bieden aan basisscholen buiten Gent.
- Organiseer rond de opening van het museum voorlichtingsbijeenkomsten voor onderwijsgeevenden, waarbij hun partners en kinderen ook

welkom zijn. Stel binnen het museum een schoolcoördinator aan die als vast aanspreekpunt fungeert voor de scholen.

- Ontwikkel een boekingsprogramma op de museumwebsite, aan de hand waarvan scholen kunnen inschrijven op de verschillende programma-onderdelen.

Leerlingen uit het secundair onderwijs

- De leraren uit het secundair onderwijs stellen het op prijs als de hoogtepunten uit de Gentse geschiedenis (Karel V en de Gentse opstand, Artevelde, abdijen, vakbonden en ontwikkelingen rond de universiteit) aan de orde komen in het museum.
- Een ander belangrijk onderwerp is de stadsontwikkeling van verleden tot heden, waarbij de invloed van de waterwegen aan bod dient te komen. Dit kan worden getoond aan de hand van een animatie.
- Leerlingen uit het voortgezet onderwijs dienen meer met visuele prikkels te worden benaderd dan met geschreven of gesproken teksten.
- Het nieuwe stadsmuseum doet er goed aan om het secundair onderwijs in geheel Vlaanderen een afwisselend dagprogramma aan te bieden, waarin een museumbezoek wordt gecombineerd met een stadswandeling.
- Om de prijsdrempel zo laag mogelijk te houden, kan er een vervoerspas ontwikkeld worden waarmee groepen uit het voortgezet onderwijs een dag gratis door Gent kunnen reizen.
- Het museumbezoek kan het best door een gids van het museum worden uitgevoerd, mits die goed is voorbereid. De ideale groepsomvang is circa 15 personen en de rondleiding kan anderhalf uur duren, mits het programma afwisselend genoeg is.
- Ontwikkel voorbereidend en verwerkend lesmateriaal in de vorm van projectpakketten, liefst met leraren- en leerlingenhandleiding op CD-rom³⁰. Koppel die projectpakketten aan parkoersen door het museum en de stad.
- Zorg dat de inhoud van zo'n projectpakket vakoverschrijdend is, het heden als uitgangspunt neemt en de zelfactiviteit en de sociale vaardigheden van de leerlingen activeert.
- Het projectpakket moet niet te veel een keurslijf vormen. Bouw het modulair op met veel vrije opdrachten, zodat leraren die daar behoefte aan hebben er zelf mee aan de slag kunnen, terwijl minder gemotiveerde leraren het programma klakkeloos kunnen volgen.
- Realiseer een op educatie gericht onderdeel op de stadsmuseumsite, waarmee leraren zich kunnen informeren over het educatief aanbod, lesmateriaal kunnen bestellen en zich voor programma's kunnen inschrijven en waarmee leerlingen de excursie kunnen voorbereiden of verwerken.

30. Aanknopingspunten voor projectpakketten voor het voortgezet onderwijs zijn te vinden op pagina 76.

- Bundel het gehele aanbod voor het secundair onderwijs daarnaast in een brochure. Die brochure dient ruim voor het begin van het nieuwe schooljaar te worden verspreid. Deel de activiteiten op een overzichtelijke manier onder in: structureel en tijdelijk aanbod, ingedeeld naar onderwijstype en leerjaar, aangevuld met uitgebreide praktische (kosten, tijdsbesteding) en inhoudelijke informatie.

Studenten

- Ontwikkel tentoonstellingen over studenten, jeugdculturen en Gent als uitgaansstad³¹.
- Zorg dat het nieuwe stadsmuseum in het cultuurcheque-aanbod voor studenten wordt opgenomen.
- Laat diploma-uitreikingen plaatsvinden in het museum.
- Gent Cultuurstad vzw kan ondersteuning bieden bij de ontwikkeling van pagina's met achtergrondinformatie over de stad op de websites van de hogescholen en de universiteit. Deze sites kunnen ook een link maken naar de stadsmuseumwebsite.
- Stel het stadsmuseum gratis open voor studenten op introductiedagen van de universiteit en de hogescholen.
- Ontwikkel samen met vertegenwoordigers van studentenorganisaties stadswandelingen (bijvoorbeeld: kroegentochten en nachtwandelingen) en speciale rondleidingen door het museum voor studenten. Deze activiteiten kunnen ook gekoppeld worden aan onthaaldagen die de universiteit en hogescholen voor nieuwe studenten organiseren.
- Realiseer 'partnership exhibitions' met studenten (bijvoorbeeld met geschiedenisstudenten) en met studentenorganisaties die zich in brede zin met cultureel erfgoed bezig houden.
- Besef dat een deel van deze doelgroep reeds op de Bijlokesite aanwezig is, omdat enkele kunstopleidingen daar zijn gevestigd. Studenten van deze opleidingen vormen niet alleen een gemakkelijker te bereiken publiekspotentieel dan overige studenten, maar ze kunnen ook belangrijke samenwerkingspartners zijn: juist binnen die groep kunnen ambassadeurs worden gekweekt, die mond-tot-mondreclame genereren.
- Maak bij de informatieverbreiding gericht gebruik van intermediairs, zoals cultuurpraeses en klasverantwoordelijken.
- Onderzoek de mogelijkheid dat studenten studiepunten kunnen krijgen in ruil voor het organiseren en/of deelnemen aan excursies naar het stadsmuseum.
- Verspreid informatie over (de activiteiten van) het stadsmuseum via de radio of de Universitaire radio.
- Ontwikkel speciale pr-activiteiten voor buitenlanders die in Gent studeren, studenten die postuniversitair onderwijs volgen en mensen die op de universiteit en de hogescholen werken.

31. Ideeën over de invulling van op studenten gerichte exposities zijn uitgewerkt op pagina 83.

- Creëer hypes (bijvoorbeeld door aan te haken bij de onder studenten populaire 'sciencefiction-fantasy cultuur'), maar waak er hierbij wel voor dat andere, meer ingetogen, publieksgroepen niet worden weggejaagd.

Toeristen

- Maak zowel in het museum als via de stadsmuseumwebsite duidelijk dat Gent niet alleen een historische stad is met een rijk cultureel erfgoed, maar dat er ook een sprankelende eigentijdse cultuur aanwezig is.
- Benadruk in de stadspromotie het gemoedelijke, kleinschalige en eigenzinnige karakter van Gent, maar breng ook naar buiten dat er meer dan genoeg te doen is om er een hele dag of meerdere dagen door te brengen.
- Zorg voor meertalige informatie (Nederlands, Duits, Frans en Engels, eventueel aangevuld met Spaans en Japans) zowel in het museum als bij de informatieverstrekking over de stad.
- Zorg bij de vertaling naar andere talen dat ook de context waarnaar in de tekst wordt verwezen waar nodig wordt vertaald, zodat buitenlanders herkenbare voorbeelden krijgen voorgelegd.
- Ontwikkel een parkoers dat langs de belangrijkste hoogtepunten in het museum en door de stad leidt.
- Een thema dat toeristen zal aanspreken is in ieder geval 'de tegen draadsheid van de Gentenaar', daarnaast: de industrialisatie, de universiteit, de ligging van Gent op een kruispunt van rivieren en wegen en Gent als Vlaamse kunststad.
- Ontwikkel – eventueel in samenwerking met de gidsenorganisaties – rondleidingen door het museum, zowel 'besloten' voor groepen als 'open' voor individuele bezoekers.
- Een rondleiding door het museum dient niet langer dan één uur te duren, alleen bij echte liefhebbers kan die tijd worden verlengd. De ideale groepsomvang is 15 personen.
- Stuur – indien mogelijk in samenwerking met de gidsenorganisaties – elk jaar in het vroege voorjaar een mailing rond over het aanbod van museum- en stadstours naar socio-culturele verenigingen.
- Zorg voor gerichte informatieverbreiding onder gidsen, hotelreceptionisten en baliemedewerkers van de Dienst Toerisme – bijvoorbeeld via nieuwsbrieven – opdat zij hun gasten optimaal kunnen informeren over het aanbod op de Bijlokesite.
- Als de hiervoor aanbevolen Bijlokeshuttle wordt gerealiseerd, kunnen er coupons voor een gratis tochtje worden verspreid via hotels en andere plekken waar toeristen komen.

SUGGESTIES VOOR VERVOLGONDERZOEK

Vasthouden van contacten

Er zijn in het kader van dit onderzoek contacten gelegd met vertegenwoordigers van uiteenlopende organisaties die de belangen van de onderzochte doelgroepen behartigen (zoals seniorenorganisaties en allochtonenorganisaties) of met personen die in direct contact staan met die doelgroepen (zoals docenten en stadsgidsen). Deze intermediairs hebben enthousiast deelgenomen aan de groepsdiscussies. Ze toonden grote betrokkenheid bij de plannen van Gent Cultuurstad vzw en willen graag op de hoogte worden gehouden van verdere ontwikkelingen. Dit kan in de vorm van nieuwsbrieven of voorlichtingsbijeenkomsten. Deze invulling is echter gebaseerd op eenrichtingsverkeer: Gent Cultuurstad vzw informeert, maar krijgt geen informatie terug. Uit dit onderzoeksverslag blijkt echter hoe waardevol en bruikbaar informatie van deze intermediairs is. Het is daarom aan te raden om voort te borduren op de reeds gelegde contacten. Dan kunnen deze intermediairs vaker geconsulteerd worden in de aanloop naar het nieuwe museum. Dat zou zorgen voor verdieping van de verworven inzichten in de wensen en behoeften van het potentiële publiek en ondersteuning bieden bij de verdere invulling van het museum en de marketing ervan. Op deze wijze kunnen zowel de sociale als de economische doelstellingen optimaal worden bereikt. Herhaalde consultatie van sleutelfiguren zorgt er tevens voor dat deze personen steeds meer betrokken raken bij de plannen voor het museum. Hierdoor kunnen ze zich als ambassadeurs voor het museum gaan opstellen, waardoor mond-tot-mondreclame wordt gegenereerd en het museum alvast verankerd raakt in de Gentse samenleving. Bovendien kunnen die contacten leiden tot concrete samenwerking in het kader van 'outreachactiviteiten', 'oral history'-projecten, 'partnership expositions', doelgroepgerichte evenementen en pr-acties.

Sneeuwbalmethode

Het is van belang dat in vervolgonderzoek niet alleen intermediairs worden geraadpleegd, maar ook personen die zelf tot de doelgroepen behoren. Zo merkte een geschiedenisdocent tijdens de groepsdiscussies op: "We moeten ons ervoor hoeden om namens onze leerlingen te spreken. Wat wij aan een museum goed vinden, vinden zij daarom nog niet schitterend. Zaken waar ik van walg, vinden zij soms subliem. Wie zijn wij om daarover te oordelen?"

Uit eerder onderzoek blijkt inderdaad dat de visies van leraren en hun leerlingen soms lijnrecht tegenover elkaar staan. De toen geraadpleegde leraren pleitten bijvoorbeeld voor integratie van hedendaagse voorwerpen in een historisch overzicht, terwijl geraadpleegde leerlingen hier juist bezwaren tegen hadden, omdat ze in een museum bijzondere dingen willen zien en niet 'spullen die je thuis ook hebt'. Die leraren waren er tevens van overtuigd dat hun leerlingen bekend waren met bepaalde historische feiten en sociale begrippen, maar dit bleek helemaal niet het geval (Ranshuysen 2000a). Het verkrijgen van een beeld van de interesses en het referentiekader van leerlingen uit het secundair onderwijs en andere doelgroepen vereist kwalitatief onderzoek onder directe vertegenwoordigers van deze groepen. Die kunnen worden gevonden en benaderd via de intermediairs waarmee Gent Cultuurstad vzw in het kader van deze behoeftepeiling contact heeft gelegd. Via zo'n sneeuwbalmethode kunnen nieuwe panels worden samengesteld.

Prétesten van tentoonstellings- en pr-middelen

Vervolgonderzoek onder directe vertegenwoordigers van de cruciale doelgroepen dient zich te richten op het vooraf testen van tentoonstellingsconcepten, presentatiemiddelen (inclusief de begeleidende teksten en parkoersen), educatief materiaal (inclusief projectpakketten) en publiciteitsmiddelen (inclusief de stadsmuseumwebsite). Slaan de onderwerpen en de wijzen waarop die gepresenteerd worden daadwerkelijk aan bij de diverse groepen? Sluit het taalgebruik voldoende aan op het referentiekader van die doelgroepen? Komt de informatie-overdracht voldoende uit de verf? Deze vragen zijn te beantwoorden door 'front-end' analyses (waarbij concepten en verhaallijnen worden getoetst), formatieve evaluaties (proefnemingen) en summatieve evaluaties (beoordelingen). Exposities zijn bijvoorbeeld op diverse momenten in het ontwikkelingsproces aan relevante doelgroepen voor te leggen middels maquettes of proefopstellingen. Concrete presentatiemiddelen, educatieve materialen, onderdelen van begeleidende en wervende teksten en bepaalde websitepagina's kunnen tijdens de ontwikkeling daarvan worden besproken met en getoetst bij relevante panels. Deze werkwijze voorkomt dat er wordt geïnvesteerd in producten die hun doel voorbij schieten. De ontwikkeling van het nieuwe centrum voor actief erfgoedbeleid dient ingebed in een doordacht onderzoekstraject, want dan komt er een museum tot stand dat echt aanslaat bij het beoogde brede publiek.

GERAADPLEEGDE LITERATUUR

- Adriaenssens, I., J. Capenberghs en P. De Rynck (1998) *Musea en Publiekswerking. Zeven buitenlandse cases als inspiratiebron & Een museumkaart als instrument?* Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Cultuurstudies 5.
- Broekhuizen, J. en F. Huysmans (2002) *Cultuur op het web. Het informatieaanbod op websites van musea en theaters*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- European Commission (2000) *Cultural Statistics in the EU*. Final report of the LEG (Leadership group on cultural statistics). Luxemburg: Eurostat.
- Eiffers, A (2000) 'Het museum en de gemeenschap.' In: *Museumvisie*, Jg. 24, Nr. 1, pp. 50-55.
- Eiffers, A (2001) *Culturele diversiteit in de podiumkunsten. Een praktisch onderzoek naar initiatieven in Nederland en de Verenigde Staten*. Zoetermeer: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen.
- Erfgoed Actueel (1999) *Collection and community, the benefits of being social*. Lezingenbundel van het symposium over de sociale taak van musea te Felix Meritis op 8 februari 1999. Amsterdam: Erfgoed Actueel.
- Gielen, P. (2000) *Kleine dramaturgie voor een artefactenstoet. Omtrent Gent* Cultuurstad. Gent: Dienst Culturele Zaken.
- Gent Cultuurstad vzw (2002) *Een behoeftenonderzoek voor het 'Stadsmuseum De Bijloke' in Gent*. (Interne paper).
- Haan, J. de en F. Huysmans (2002) *E-cultuur. Een empirische verkenning*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Hamersveld, I. (eindred.) (1998) *Nieuwe Nederlanders en musea*. Amsterdam: Boekmanstudies / Mondriaanstichting.
- Hendryckx, M. (2001) *Een mus in klei. Uit het geheugen van een stad*. Gent: Gent Cultuurstad.
- Larsen, J. (2002) 'To label or not. Visitors win. New life for an immersion exhibit.' In: *Vistor Studies Today*, Jg. 5, Nr. 2.
- Mondriaanstichting / Nederlandse Museumvereniging (1999) *Culturele diversiteit in Nederlandse musea*. Amsterdam: Mondriaanstichting / Nederlandse Museumvereniging.
- Ranshuysen, L (1990) *Het Istanbulfestival. Een evaluatie van een bijzonder project van het Museum voor Volkenkunde*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen
- Ranshuysen, L. (1991a) 'Tentoonstellingspromotie, een overschat marketinginstrument?' In: *Museumvisie*, Jg.15, Nr.1, april, pp. 20-22.
- Ranshuysen, L. (1991b) *Een vernieuwde presentatie in de wasserij in het Nederlands Openlucht Museum. Verwachtingen en wensen van het publiek*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.

- Ranshuysen, L. en H. Ganzeboom (1993) *Cultuureducatie en cultuurparticipatie. Opzet van de Kunstkijkuren en Muziekluisterlessen in het Amsterdams primair onderwijs*. Rijswijk: Ministerie van WVC.
- Ranshuysen, L. (eindredactie), H. Ganzeboom en W. Oud (1993) *Scholen in kunst. Effecten van kunsteducatie op cultuurdeelname*. Utrecht: Landelijke Ondersteuningsinstituut Kunstzinnige Vorming.
- Ranshuysen, L. (1999a) *Handleiding publieksonderzoek voor podia en musea. Geheel herziene en uitgebreide editie*. Amsterdam: Boekmanstudies.
- Ranshuysen, L. (1999b) *Kunstestafette 1998: resultaten en bereik*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Ranshuysen, L. (2000a) *Regionaal publieksonderzoek Gooise Musea*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Ranshuysen, L. (2000b) *Prétest Allemaal Haarlemmers en digitale tijdreis*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Ranshuysen, L. (2001) *Publieksonderzoek in de Vlaamse musea 2001*. Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.
- Ranshuysen, L en A. Eiffers (2001) *Evaluatie 'in Mokum staat een huis' Joods Historisch Museum voor kinderen*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Ranshuysen, L. (2002) *Vier jaar Museum & School. Leiden 1997-2001*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Rooijackers, G. (2002) 'Het leven van alledag benoemen. Cultureel erfgoed tussen ondernemerschap en nieuwe technologie.' In: *Boekmancahier*, Jg. 11, Nr. 41.
- Roose, H. en H. Waeghe *Cultuurpubliek. Publieke cultuur? Publieksonderzoek bij theater- en museumbezoekers te Gent*. Gent: Stad Gent, Universiteit Gent en Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.
- Ruys, A. en A. Damen (2002) 'Menselijke maat maakt cultuurstad Gent charmant.' In: *MMNieuws*, Jg.4, Nr. 5/6.
- Schaepdrijver, S. de (2002) *Gent: een stadsmuseum in Vlaanderen. Enkele voorstellen voor het Bijlokemuseum*. Gent: Stad Gent en Gent Cultuurstad.
- Schaller, D., S. Allison-Bunnel, M. Borun en M. Chambers (2002) 'How do you like to learn? Comparing user preferences and visit length of educational websites.' In: *Vistor Studies Today*, Jg. 5, Nr. 2.
- Stad Gent (1997) *Actieplan Synergie 2000*. Gent: collegebeslissing d.d. 14-12-1997.
- SLO (1999) *Cultureel erfgoed en onderwijs. Schatkamers voor scholieren*. Enschede: Specialisten in Leerplanontwikkeling.
- Thielemans, S. (ed.) (2001) *Het geheugen van een stad. Vierstedenworkshop stadsmusea*. Gent: Stad Gent en Gent Cultuurstad.
- Thielemans, S. (2002) *Stadsmusea: sociaal en/of economisch? Gentse plannen in perspectief*. Lezing tijdens 'Een museum voor een stad. Colloquium over het begrip Stedelijk Museum'. Brussel: d.d. 26-4-2002.
- TRN (2001) *Verbeelding versterkt. Cultuurtoerisme in Nederland: Toestand en Toekomst*. Den Haag: Toerisme Recreatie Nederland.
- Werkgroep Stadsmuseum (2002) *Stadsmuseum Gent - Museum van de Vlaamse ontvoogding*. Nota d.d. 26-2-2002.

BIJLAGE: SAMENSTELLING PANELS

Intermediairs 'onervaren museumpubliek'

Simonne Auman: Is coördinator van het Centrum Algemeen Welzijnswerk Artevelde vzw. De doelgroep van deze organisatie is: alle burgers die met problemen te maken hebben, meer speciaal een aantal kwetsbare groepen zoals thuislozen (niet wijkgericht) en vluchtelingen. Zij was samen met Dominique Puype (een ander lid van dit panel) betrokken bij de actie 'Jouw sleutel naar het Festival van Vlaanderen'. Omdat het Festival van Vlaanderen een ander doelpubliek wilde bereiken, zijn er toen voor een aantal voorstellingen goedkope kaarten ter beschikking gesteld, gekoppeld aan een speciale promotiecampagne om die onder mensen die nooit podiumkunsten bezoeken te verspreiden. Deze actie was een succes en wordt dit jaar voortgezet.

Eddie Beek: Was tot voor kort coördinator voor het Sociaal Impulsfonds (SIF) dat actief is in de 19de-eeuwse gordel, waar de meeste kansarme wonen. Sinds kort is hij verbonden aan het kabinet van de schepen van Cultuur, waar hij vooral bouwprojecten opvolgt, zoals ook het stadsmuseum. Hij is daarnaast verantwoordelijk voor de sociaal-artistieke projecten.

Peter Bruylant: Werkt bij het OCMW (Openbaar Centrum voor Maatschappelijk Welzijn), afdeling Projectwerking. Hij is onder andere betrokken bij de mannenwerking en de wegwijswerking. Met dit laatste wordt getracht van het OCMW te verlagen door de diensten van het OCMW zo goed mogelijk te laten aansluiten op de vragen van de doelgroep. Hij heeft meegewerkt aan een project in samenwerking met het Publiektheater. Met een kleine groep cliënten van het OCMW (circa 20 mensen) werd 'Tramlijn begeerte' bijgewoond. Op voorhand kwam het Publiektheater deze productie voorstellen, tijdens de 'open werking' (dat zijn bijeenkomsten waar mensen vrijblijvend naar toe komen).

Barbra Erhardt: Werkt bij Kunst in de Stad, een organisatie die is ontstaan uit en nauw samenwerkt met de Dienst Kunsten. Beide organisaties trachten de culturele mogelijkheden van de Gentenaars te versterken. Kunst in de Stad organiseerde Gentse Helden: een activiteit voor een brede groep volwassenen, waarbij heldenverhalen werden verzameld en verwerkt in allerlei artistieke ateliers. Momenteel loopt het project 'Ontdekkingsreiziger'. Dit project brengt kinderen, die van huis uit niet gestimuleerd worden om aan kunstbeleving te doen, in contact met kunstenaars (de kleine ontdekkingsreis) en kunstinstellingen (de grote ontdekkingsreis). Dit gebeurt in samenwerking met scholen en buurtorganisaties. Hieraan werkt een scala van instellingen mee, zoals de Vlaamse Opera, het Museum voor Schone Kunsten, intercultureel centrum de Centrale en Speeltheater de Kopergieterij.

Nathalie Haegeman: Werkt ook bij OCMW Projectwerking. Ze is betrokken bij op lagere sociale klassen gerichte emancipatorische projecten in Ledeberg-Gentbrugge. Doel van die activiteiten is om mensen die aangewezen zijn op het OCMW, omdat ze van een bestaansminimum leven, uit hun isolement te halen. Eén van die activiteiten behelst de bijvoorbeeld samen koken en eten. Dit jaar is gestart met een sociaal-artistiek project in samenwerking met het Publiektheater waaraan mensen actief participeren: ze komen zelf op het podium te staan en gaan naar voorstellingen vanuit hun eigen betrokkenheid. Het OCMW heeft veel contact met sociaal zwakkeren en benadert mensen die mogelijk geïnteresseerd zijn in culturele projecten.

Dominique Puype: Werkt bij de Dienst Kunsten van de stad Gent. Ze houdt zich onder andere bezig met de actie Kunst in de Buurt (een SIF-project). Dit speelt zich af in de 19de-eeuwse gordel, maar is niet echt territoriaal gebonden. Men wil hierbij een zo breed mogelijk publiek bereiken, ook de 'moeilijke doelgroepen', waardoor de drempel zo laag mogelijk is. Ze is betrokken bij 'toeleidingsprojecten': via activiteiten in de buurt wordt getracht mensen te interesseren voor het reguliere cultuur aanbod. Er wordt samengewerkt met culturele instellingen om die toeleiding te realiseren, bijvoorbeeld bij het project 'de weg naar het SMAK' naar aanleiding van de opening van dit museum. Het reeds genoemde project 'Jouw sleutel naar het Festival van Vlaanderen' ligt in het verlengde van deze toeleidingsactiviteiten.

Jan Vanhee: Werkt voor het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Administratie Cultuur, Afdeling Jeugd en Sport, waar hij verantwoordelijk is voor internationaal jeugd beleid. Hij is ook lid van de selectiecommissie voor sociaal-artistiek werk en betrokken bij diverse ministeriële sociaal-artistieke projecten. Hij werkt tevens al 19 jaar als vrijwilliger aan fundamentele armoedebestrijding en werkte in die hoedanigheid mee aan het project Tram 23 van de Koning Boudewijnstichting. Tevens bezocht

hij met een groep onervaren museumbezoekers de tentoonstelling 'Het volk ten voeten uit' in Antwerpen.

Intermediairs allochtonen

Isabel Vanzieleghem: Geeft Nederlandse les aan volwassen allochtonen in het taleninstituut NT2. Doorgaans gaat het om vluchtelingen. Zij was ook betrokken bij de trajectbegeleiding voor de stedelijke integratiedienst Kom-Pas en was voorheen actief bij Agalev. Ze neemt deel aan de algemene vergadering van Gent Cultuurstad vzw.

Fidaye Hocalar: Is voorzitter van GTKBvzw, in 1982 opgerichte interculturele organisatie voor vrouwen. Oorspronkelijk was deze organisatie alleen op Turkse vrouwen gericht, maar nu op vrouwen uit alle culturen. De aandacht gaat uit naar vorming en opvoeding, maar er zijn ook sport-, ontmoetings- en uitwisselingsactiviteiten.

Canan Yaman: Is lid van de Raad van beheer en secretaris van de Federatie van landelijke Turkse verenigingen (CDF). Dit is een koepelorganisatie die de emancipatie, participatie en integratie van de Turkse bevolking in de Vlaamse gemeenschap nastreeft. Zij begeleiden en stimuleren de aangesloten socio-culturele verenigingen, geven een tijdschrift uit en bouwen een documentatiecentrum uit. Er zijn 38 verenigingen aangesloten, hoofdzakelijk Turkse maar ook Oost-Europese. Het CDF ontwikkelt projecten zoals een herinneringsproject en tracht Turken en autochtonen samen te brengen in deze projecten.

Martien Palmen: Is coördinatrice van het CDF.

Intermediairs gezinnen

Piet Creve: Is vader van twee kinderen (8 en 10 jaar) die op de Freinetschool zitten. Hij werkt bij Amsab - Instituut voor sociale geschiedenis. Het Amsab beheert een archief- en documentatiecentrum en een klein museum.

Cindy Godfroi: Is moeder van drie kinderen (4, 5, 8 jaar). Zij werkt in de Kopergieterij (een theaterhuis voor kinderen en jongeren) waar ze de programmering en omkadering verzorgt.

Marianne Lippens: Is moeder van twee kinderen (10 en 13 jaar). Zij werkt op de Dienst Cultuur van de Stad Gent.

Intermediairs senioren

Albert Bigot: Is voorzitter van de Seniorenraad, een adviesraad die circa 115 seniorenverenigingen verenigt, maar ook de mensen wil vertegenwoordigen die niet bij een vereniging zijn aangesloten. Deze raad formuleert adviezen en voorstellen ten aanzien seniorenzaken naar het OCMW en naar de Stad toe. Hierbij komen uiteenlopende thema's aan de orde zoals: mobiliteit, veiligheid, milieu en cultuur. De Seniorenraad houdt zich ook bezig met het inrichten van de seniorenweek in november, waar gedurende 14 dagen extra activiteiten worden georganiseerd voor en over ouderen.

Nadine Catri: Is ondervoorzitter van de seniorenraad en afgevaardigde voor cultuur. Zij is actief in de afdeling Gent-West en richt zich op het aanmoedigen van activiteiten en op onderzoek naar de behoeften bij senioren.

Martine Delhaise: Is verantwoordelijke voor de universitaire leergangen 'Wetenschappelijke nascholing' van de RUG. Een vormingsinitiatief voor senioren die hun wetenschappelijke basis en kennis willen uitbreiden. Gedurende circa 15 namiddagen worden lessen gegeven door professoren over zeer uiteenlopende literaire, culturele en wetenschappelijke thema's. Deze nascholing telt circa 800 leden; per namiddag worden 500 à 700 senioren bereikt.

Mariette Van de Voorde: Is verantwoordelijk voor de Stedelijke Clubhuiswerking. Deze clubhuizen zijn sociale cafés voor senioren en gerund door senioren. Er zijn er 26 zijn in Groot-Gent. Zij worden ondersteund door sociale consulenten. De opgezette projecten sluiten nauw aan bij de behoeften van senioren en gaan bijvoorbeeld in op de euro, dementie, herinnering. Alle activiteiten worden gerund door vrijwilligers.

Agnes De Craene: Is een jonge senior die werkt als vrijwilliger in Clubhuis Patershol. Het beheer en de werking van dit clubhuis zijn volledig in handen van vrijwilligers. Het is drie halve dagen per week open en er komt een vaste kern van bezoekers, waaronder 80% vrouwen. Dit clubhuis organiseert culturele zondagnamiddagen, met wandelingen en diavoorstellingen, die meestal over Gent gaan. Hiermee wordt doorgaans een ander publiek bereikt dan met de vaste open huis-middagen.

Jef Leeman: Is lid van het OCMW-Dienstencentrum Ten Hove. De OCMW-centra hebben een ruim en gevarieerd programma met vorming, talen, beeldende kunst, mens en cultuur. Ze trachten sprekers en vrijwilligers te vinden onder de bezoekers. Het Dienstencentrum Ten Hove is gevestigd in het Begijnhof en krijgt wekelijks ca 2.200 bezoekers.

Chantal Steenhaut: Is secretaris van Kunst werk(t), de Federatie van Academies Plus 3 (voor 50 plussers) en verantwoordelijke voor Academie Plus 3 in Sint-Amandsberg. Er zijn zo 26 academies in Vlaanderen,

die cursussen tekenen, schilderen en boetsen bieden en een vrij atelier waar senioren op bepaalde dagen terecht kunnen. Vanuit de Federatie worden bezoeken aan tentoonstellingen georganiseerd, waaraan de plaatselijke afdelingen kunnen deelnemen. Om de 2 à 3 jaar is er een gezamenlijke landdag.

Leraren basisonderwijs

An Cordeels: Is leerkracht tweede leerjaar aan de katholieke Sint-Bavo Basisschool, met 19 jaar onderwijservaring. Zij is tevens cultuurcoördinator, wat inhoudt dat zij onder meer het beheer van de bibliotheek en mediathek doet, boekenweken en leesweken organiseert en programma's opmaakt voor culturele uitstappen en evenementen.

Marijke Huvenne: Is leerkracht tweede leerjaar aan de Protestantse School, hetgeen een kleinschalige school is. Zij heeft 27 jaar ervaring zowel in het basisonderwijs als in het migrantenonderwijs. Momenteel is ze part-time onderwijzeres en part-time GOK-leerkracht. Het GOK (Gelijke Onderwijs Kansen-onderwijs) is een leerlingvolgsysteem waarmee kansarme kinderen -anderstaligen, kinderen uit gezinnen die leven van een vervangingsinkomen, et cetera- gedurende hun schoolloopbaan worden begeleid.

Gertrude Verschuere: Is leerkracht eerste leerjaar aan de Sportschool in Gentbrugge, de enige lagere school met sport als specialisatie. Zij heeft 20 jaar ervaring met het onderwijs, zowel de onderbouw als de bovenbouw.

Leraren secundair onderwijs

Vicky Colman: Werkt op het Koninklijk Technisch Atheneum in Dendermonde (BSO en TSO: gemeenschapsonderwijs). Docert geschiedenis aan 5de- en 6de-jaar beroeps- en technisch onderwijs en Project Algemene Vakken (PAV: dat is een combinatie van Nederlands en geschiedenis) aan 7de-jaars. *Greta Coppens*: Docert geschiedenis aan 5de- tot 6de-jaars op het Sint-Lodewijkscollege in Lokeren (katholieke ASO).

Sven De Martelaere: Werkt op College Paters Jozefieten in Melle (ASO). Docert geschiedenis en esthetica aan 3de- tot en met 6de-jaars. Geeft ook geschiedenis op de lerarenopleiding Lager Onderwijs.

Frederica Ducheyne: Werkt op het Sint-Pieterscollege in Blankenberge (ASO, TSO en BSO). Zij doceert geschiedenis aan 4de- tot 6de-jaars en media. Zij is tevens verbonden aan de lerarenopleiding van de Universiteit Gent.

Aurèle Loman: Docerde geschiedenis aan 5de- en 6de-jaars van het Koninklijk Atheneum Voskenslaan in Gent (ASO), maar is nu met pensioen. Is voorzitter van de Vereniging van Gentse Historici.

Marijke Mortier: Docert geschiedenis aan 5de- en 6de-jaars van het Sint-Geertruiscollege in Wetteren (katholieke ASO).

Luc Pyllyser: Docert geschiedenis en zedenleer aan 4de-, 5de- en 6de-jaars van het Instituut van Gent (niet-confessionele ASO).

Lieve Schacht: Werkt op het Stedelijk Atheneum Gent. Docert geschiedenis aan 3de-jaars en verder psychologie, sociologie en gedrags- en cultuurwetenschappen.

Intermediairs studenten

Ann Anrijs: Is pas afgestudeerd aan Sint-Lucas Architectuur, Hogeschool voor Wetenschap & Kunst. Zij was vorig jaar medeverantwoordelijk voor de organisatie van de megafuif van de hogeschool Gent in de Kuip.

Guy Bovijn: Is opleidingscoördinator posthogeschool vormingopleiding 'Behoud Actuele Kunst' (samenwerking Hogeschool Gent, Universiteit Gent en SMAK). Daarnaast is hij artistiek verantwoordelijke van galerij Kunst-Zicht in studentenrestaurant 'de Overpoort'.

Bavo De Cooman: Is lid van 'Sanseveria', een kleine studentenvereniging die valt binnen het cultureel convent. Deze vereniging geeft een eigen tijdschrift 'ter bevordering van de verlichte cafépraat' uit, dat zich afzet tegen het elitaire van de literatuur.

Frans Devenyns: Werkt bij SOVOARTE, de dienst studentenactiviteiten van de katholieke Arteveldehogeschool. Hij stimuleert en coördineert receptieve en actieve culturele activiteiten. De Arteveldehogeschool biedt dertien basisopleidingen verdeeld over vijf studies (Onderwijs, Handelswetenschappen en Bedrijfskunde, Gezondheidszorg, Industriële wetenschappen en technologie en Sociaal-geschiedisch werk). Er zijn zo'n 7.165 studenten aan verbonden.

André Van de Velde: Is secretaris van de Dienst Studentenactiviteiten van de Universiteit Gent. Hij maakt de mensen van de erkende studentenverenigingen wegwijs en staat in voor de subsidiëring van deze verenigingen door de universiteit op basis van conventen die het beschikbare geld verdelen. De universiteit kent circa 95 erkende studentenverenigingen, die gegroepeerd zijn in aan faculteiten of studierichtingen verbonden conventen. Zie bijvoorbeeld het cultureel convent, waar Sanseveria onder valt. Deze universiteit telt ruim 130 vakgroepen en circa 24.000 studenten.

Kaat Van de Velde: Werkt bij de afdeling Public Relations van de Universiteit Gent waar ze verantwoordelijk is voor de cel cultuur. Zij is ook betrokken bij galerij Kunst-Zicht.

Ann Verdonck: Werkt bij de Dienst studentenvoorzieningen van de niet-confessionele Hogeschool Gent (SOVOREG). Zij is medewerker voor cultuur, sport en studentenverenigingen. Er zijn veertien erkende verenigingen bij SOVOREG aangesloten. Er is een reglement voor toekenning subsidies aan deze verenigingen. Culturele activiteiten van groepjes studenten die niet bij een vereniging zijn aangesloten worden ook gesteund. De Hogeschool Gent is een fusieresultaat van zestien hogescholen en vormt de grootste hogeschool van Vlaanderen en biedt zowel industriële, technisch-technologische, menswetenschappelijke, taalkundige als artistieke opleidingen aan. Hier studeren zo'n 14.000 studenten.

Intermediairs toeristische sector

Bruno Castille: Voorzitter van het onlangs opgerichte Gandante. Deze organisatie verzorgt een onthaal-opmaat met behulp van historisch en kunsthistorisch geschoolde gidsen. Het meertalige aanbod bestaat uit ruim 30 wandelvoordrachten rond historische, kunsthistorische, politieke, sociale en filosofische thema's (zoals: Heiligen en hun attributen, De Gentse hospitalen, Vrijmetselarij in Gent, De mystiek van de Gentse begijnbeweging, et cetera), rond specifieke Gentse wijken en parochies (inclusief De Bijloke) en rond ontspanning (bijvoorbeeld: Muziek en amusement in Gent). Daarnaast bestaat het aanbod uit toeristische dagprogramma's en lezingen of wandelingen in aansluiting op tentoonstellingen, manifestaties, congressen en festivals. Ook door een gids begeleide fiets- en boottochten zijn mogelijk. Doelpubliek zijn culturele verenigingen en meer en meer ook individuele toeristen, die na een groepsbezoek geïnteresseerd zijn geraakt.

Evelyn Cruyt: Vertegenwoordigt Vízit, dat in 1995 is opgericht om een alternatief voor klassieke rondleidingen te bieden in en rond Gent voor groepen die de stad op een andere manier willen beleven. Biedt zo'n 12 thematische stadswandelingen aan, waarvan een deel ook voor kinderen geschikt is. Bijvoorbeeld Kleine verhalen uit een groot verleden (over Gentse helden), Crimineel wijs (over crimineel Gent), een literaire wandeling en een avondwandeling. Er zijn ook een vijftal culinaire wandelingen. Daarnaast worden er fietstochten en zoektochten op maat georganiseerd. Vízit biedt ook stadswandelingen aan op vaste dagen, waar men individueel aan kan deelnemen. Tevens is er een programma van 15 wandelingen voor het kleuter-, basis- en secundair onderwijs.

Lut Depaepe: Voorzitter van de Koninklijke Gidsenbond van Gent en Oost-Vlaanderen. Biedt een breed spectrum van meer dan 40 thematische rondleidingen in zes talen. Titels van wandelingen zijn bijvoorbeeld: Saloncultuur (over 18de- eeuwse hotels), Onroerend rood (over socialistisch erfgoed), Frappante vrouwen (over prominente Gentse vrouwen), KuMen (voor personen met een mentale handicap of leerproblemen), Kroegentocht (proeftocht langs bruine kroegen), Ludiek Gent (met humoristische anekdotes), Spoken en heksen (vol met huiveringwekkende verhalen), de Gentse Haven (in samenwerking met het Gentse Havenbedrijf), et cetera.

Tony Gillissen: Directeur Dienst Toerisme Gent. Verzorgen de opvang en doorverwijzing van binnenlandse en buitenlandse toeristen, promoten Gent in het buitenland op allerhande beurzen en geven een sales-guide uit betreffende Gent en Oost-Vlaanderen.

Catharina Segers: Voorzitter van Gent Hotels een belangenvereniging van hotels die tezamen circa 1400 kamers vertegenwoordigen. Zij heeft zelf twintig jaar lang een hotel uitgebaat in een historisch monument. Zij is nauw betrokken bij het Strategisch Plan Toerisme, dat momenteel in Gent wordt ontwikkeld, maar ten tijde van dit onderzoek nog niet beschikbaar was.

Albert Sels: Is ook vertegenwoordiger van de Gidsenbond (zie Lut De Paepe).

Richard Vanacker: Vertegenwoordigt Toerisme Leiestreek, een samenwerkingsverband van 29 gemeenten die liggen tussen de Franse grens en Gent, aan de rivier de Leie en die een gezamenlijk toeristisch beleid ontwikkelen. Zij geven diverse informatiebrochures uit, onder andere een brochure over de circa 35 musea langs de Leie en een brochure met daguitstappen voor groepen.

Tina Vanhoye: Werkt bij Toerisme Vlaanderen, de dienst Evenementen en Cultuur. Deze organisatie promoot Vlaanderen in het buitenland en ondersteunt daarvoor een aantal toevenementen, zoals Brugge 2002. Toerisme Vlaanderen heeft diverse kantoren in het buitenland.

Kathleen Vermeiren: Richtte in 1997 All about Belgium op. Een 'incoming agency' dat zich vooral richt op de Duitse, Oostenrijkse en Scandinavische markt. Dit reisbureau biedt totaalpakketten aan met daarin opgenomen: hotelaccommodatie, typische maaltijden, rondleidingen, tickets voor tentoonstellingen en culturele evenementen, lokale assistentie, thema-avonden, et cetera.

Sonja Van de Wiele: Werkt voor de Vlaamse afdeling van de FBAA (federatie voor autocaristen), een platvorm dat de belangen van de professionelen van het busstoerisme behartigt. Er zijn allerlei verenigingen bij aangesloten, onder andere een vereniging die een opleiding voor busreisleiders organiseert.

Een uitgave van Gent Cultuurstad vzw

Onderzoek en tekst: Letty Ranshuysen

Notulisten: Geertrui Ivens, Patrick De Rynck, Wout De Vuyst

Coördinatie: Christine De Weerd

Met dank aan: Jeannine Baldewijns, Hendrik Defoort, Steven Thielemans,
Véronique Van Goethem, Ineke van Molle en alle leden van de onderzoekspanels

Grafische vormgeving & foto cover: Inge Ketelers

Druk: Sintjoris, Merendree

Wettelijk depot: D/2003/0341/1

Foto cover: Bijlokeklooster

