

LEGITIMEREN EN OPTIMALISEREN

DOELTREFFEND ONDERZOEK TEN BEHOEVE VAN CULTUURBELEID

Mei 2012 Letty Ranshuysen

De bijval die de huidige bezuinigingen op kunst en cultuur hier en daar oogsten, duidt op een afkalvende draagvlak voor subsidies hiervoor. Verdere aantasting van de steun voor cultuurbeleid is onder andere tegen te gaan door deze uitgaven goed te verantwoorden op basis van zorgvuldig evaluaties. Er zijn diverse manieren om zulke beoordelingen uit te voeren. Op basis van mijn ervaringen als onderzoeker in de cultuursector¹ behandel ik in deze paper eerst de mogelijkheden en beperkingen van diverse vormen van kwantitatief onderzoek. Daarna ga ik in op kansrijke kwalitatief onderzoeksmethoden. De conclusies worden samengevat in een schema dat weergeeft hoe de behandelde onderzoeksmethoden doelgericht zijn in te zetten. Hierin is onderscheid gemaakt tussen onderzoek ten behoeve van legitimering van reeds uitgevoerd cultuurbeleid en onderzoek gericht op ontwikkeling van nieuw beleid.

KWANTITATIEF ONDERZOEK

Effectmetingen middels bevolkingsonderzoek

Begin deze eeuw spanden de centrale overheid en diverse gemeenten en provincies zich in om in het kader van het Actieplan Cultuurbereik meer aanbod te creëren voor een ander publiek dan het traditionele kunstpubliek. Met name in de eerste twee planperiodes (2001-2004 en 2005-2008) is veel geëxperimenteerd met innovatief aanbod op niet voor de hand liggende plekken, waarbij nieuwe vormen van educatie en marketing werden toegepast binnen onorthodoxe samenwerkingsvormen. Middels divers onderzoek is getracht de effecten van dit programma in beeld te brengen. Zo zijn de door het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) met longitudinaal onderzoek vergaarde data over uiteenlopende culturele activiteiten binnen de Nederlandse bevolking geanalyseerd. Hieruit bleek dat het al dan niet deelnemen aan het Actieplan Cultuurbereik door een gemeente of provincie niet samenhangt met veranderingen in de cultuurdeelname binnen de betreffende regio. De onderzoekers constateerden in de afsluiting van hun rapport dat dit eigenlijk ook niet voor de hand ligt, omdat het Actieplan slechts een gering deel van de beleidsinspanningen op dit gebied omvatte. Hierdoor is de kans groot dat andere maatregelen veel meer gewicht in de schaal leggen.² Ook in een ander uitgebreid evaluatierapport is aan het einde geconcludeerd dat het eigenlijk ondoenlijk is om effecten van het Actieplan Cultuurbereik te constateren. “De ontwikkelingen in cultuurdeelname op macroniveau zijn waarschijnlijk sterker afhankelijk van andere factoren dan het Actieplan Cultuurbereik. Enerzijds gaat het dan om kenmerken en omstandigheden die de participatie van individuele personen beïnvloeden (opvoeding, opleiding en leeftijd), anderzijds om externe factoren die bijvoorbeeld van invloed zijn op de omvang, aard en prijs van het culturele aanbod.”³

¹ De publicaties van Letty Ranshuysen waarnaar in deze paper wordt verwezen, zijn te downloaden van www.lettyranshuysen.nl onder het betreffende jaar van uitgave.

² Huysmans, F., Vet, O. van der, Eijck, K. van de (2005) *Het Actieplan Cultuurbereik en cultuurdeelname, 1999-2003. Een empirische evaluatie op landelijk niveau*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau. Werkdocument 117. P.47.

³ IJdens, T. en E. Hitters (2005) *Landelijke evaluatie van het Actieplan Cultuurbereik 2001-2004*. (Eindrapport) Tilburg: IVA. p.175

Naast het gegeven dat de beoogde maatschappelijke effecten (*outcome*) door meer factoren wordt beïnvloed dan door de overheid geleverde inspanningen, speelt het probleem dat het vaak ondoenlijk is om meetbare *outcomedoelstellingen* te formuleren. Neem de doelstelling van het Actieplan Cultuurbereik: 'Het versterken van het cultureel bewustzijn van burgers door het vergroten van zowel het publieksbereik als de actieve participatie in kunst en cultuur'. Deze doelstelling beslaat de hele breedte van het cultuurbeleid, uiteenlopend van podiumkusten via erfgoed tot en met beeldende kunst en betreft zowel professionele kunst als amateurkunst⁴. Welke concrete, meetbare doelstellingen zijn hier in hemelsnaam aan te verbinden?

Daarbij komt dat longitudinale datacollectie weliswaar veranderingen in cultuurparticipatie bloot kan leggen, maar geen recht doet aan dynamiek en ontwikkelingen binnen culturele praktijken. Voor de vergelijkbaarheid in de tijd is het namelijk noodzakelijk om streng aan de oorspronkelijke, bij de nulmeting gehanteerde, enquête vast te houden. Daardoor kunnen belangrijke trends buiten beeld blijven. Het SCP hield bijvoorbeeld tot voor kort bij in hoeverre de Nederlandse bevolking aan textiele werkvormen deed (hetgeen in de jaren zeventig populair was), maar verzuimde meer eigentijdse activiteiten om webdesign, graffiti, streetdance, rappen of muziek samplen in kaart te brengen. Aangezien cultuurbeleid dient in te spelen op de trends die zich in de samenleving voor doen, is een rigide longitudinale enquête geen geschikt instrument voor evaluatie van dit beleid.

Experimentele opzet

In feite is het glashard aantonen van effecten van cultuurparticipatiebeleid alleen haalbaar als er een experimentele opzet mogelijk is. De te evalueren impuls moet geïsoleerd worden van alle andere beïnvloedende factoren en de culturele activiteit die de overheid wenst te bevorderen dient eenduidig te zijn. Een uitzonderlijke kans hiervoor boden de *Kunstkijkuren* en *Muziekluisterlessen* in het Amsterdams primair onderwijs. Dit programma bestond uit 10 lessen in beeldend kunstmusea en 10 lessen ter voorbereiding van een bezoek aan een klassiek concert. Deze lessen bereikten vanaf 1950 een groot deel van de bovenbouw van het Amsterdamse primair onderwijs. Hierdoor was het mogelijk om aan de hand van bevolkingsonderzoek in deze stad oud-deelnemers met niet-deelnemers te vergelijken. De uitkomst dat personen die als kind de *Kunstkijkuren* of *Muziekluisterlessen* volgden op latere leeftijd significant meer interesse hadden in beeldende kunst en museumbezoek of klassieke muziek en concertbezoek dan degenen die deze lessen niet volgden⁵, vormde een belangrijke legitimering voor het landelijke beleidsproject van *Cultuur en School* dat jaarlijks zo'n acht miljoen gulden investeerde in het bevorderen van cultuureducatie⁶.

Een ander voorbeeld is het recente onderzoek naar effecten van gratis museumbezoek voor kinderen. Alhoewel onderzoek in binnen- en buitenland heeft aangetoond dat dit geen effectieve maatregel is, omdat sociale- en kennisdrempels veel grotere obstakels vormen dan prijsdrempels⁷, was de overheid daar nog niet voldoende van overtuigd. Daarom werden diverse gratis toegangsmaatregelen geïntroduceerd. Kinderen kregen op verschillende wijzen (via huis-aan-huis folders, via banners op websites en via e-mail) couponnen voor gratis museumbezoek aangeboden. In de ene variant moest de begeleidende volwassene wel betalen, in de andere niet. Het bleek dat slechts tussen de 0,4% en de 3,2% van de

⁴ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, het Interprovinciaal Overleg en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (2007). *Van stolling naar stroming. Rapport Commissie Cultuurbereik*. Den Haag: OCW / NIPO / VNG

⁵ Ranshuysen, L. en H. Ganzeboom (1993) *Cultuureducatie en cultuurparticipatie. Opzet en effecten van de Kunstkijkuren en Muziekluisterlessen in het Amsterdams primair onderwijs* Zoetermeer, ministerie van WVC.

⁶ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (1996) *Cultuur en school*. Zoetermeer: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen.

⁷ Ranshuysen, L. (2009) 'Meer kinderen in musea?' In: *MMNieuws* Nr. 3, Jg. 10

uitgenodigde kinderen daadwerkelijk een museum bezocht, afhankelijk van de variant⁸. Het waardevolle van zulke concrete experimenten is dat er harde bewijzen komen, die de veronderstellingen en voorkeuren van beleidsmakers weerleggen.

Outputregistratie

Een andere zinnige vorm van kwantitatief onderzoek is het verzamelen van outputgegevens. Hiermee is te toetsen of beoogde doelstellingen zijn behaald. Wanneer die vooraf niet zijn gekwantificeerd, is door middel van een outputregistratie na te gaan wat de behaalde resultaten eigenlijk zijn. Outputgegevens zijn op te delen in:

- **Producten**, aantal voorstellingen, exposities, educatieve programma's, gedrukte en digitale publicaties, persberichten, omvang gerealiseerde free publicity, et cetera.
- **Inspanningen**, inzet van fte's aan educatie of doelgroepenmarketing, aantal gevolgde cursussen en aantal organisaties waarmee wordt samen gewerkt, et cetera.
- **Bereik**: aantal bezoekers en deelnemers, te verdelen over:
 - Receptief: voorstellings- of tentoonstellingsbezoek,
 - Productief: deelname: deelname aan een workshop, aan een wedstrijd op gebied van de kunsten of aan een podiumkunstuivoering of expositie,
 - Reflectief: deelname aan beschouwende activiteiten voor- of nabeschouwing, een lezing, een rondleiding of een openbare repetitie.

In opdracht van de provincie Zuid-Holland voerde ik gedurende zes jaar een uitputtende registratie uit van het bereik van de honderden projecten die in het kader van het programma *Zuid-Hollandse Cultuursteden* plaatsvonden⁹. Binnen dit programma kreeg een stad of regio gedurende één jaar extra financiële steun om de cultuurdeelname van de lokale en regionale bevolking te bevorderen. Naast de opsplitsing in receptieve, reflectieve en productieve deelname werd een tiental disciplines onderscheiden. Behalve de diverse podiumkunst- en beeldende kunstdisciplines (waaronder fotografie en film) ging het ook om cultuurhistorie, literatuur en architectuur. Bovendien hanteerde ik een indeling naar ondersteuningsvormen: geheel of mede gefinancierd door *Zuid-Hollandse Cultuursteden* of bestaand evenement dat is meegenomen in de cultuurstadpromotie. Op deze manier ontstond een gedetailleerd beeld van het bereik per stad en kwamen de successen en mislukkingen goed in beeld. Door de gestandaardiseerde registratiemethode waren de verschillende cultuursteden te vergelijken en werden specifieke accenten per stad bloot gelegd. Zo bleek dat het publieksbereik van de laatste cultuurstad ver achter bleef op de bereik in voorgaande steden. Dit kwam doordat hier veel minder bestaande publiekstreckende evenementen hadden meegelif in het cultuurstadprogramma. Maar liefst 94% van het getelde publiek nam aan een geheel nieuw (speciaal in het kader van cultuurstad ontwikkeld) evenement deel. Bij de andere steden ging het slechts om circa 20%. Daar was dus vooral publiek bereikt met activiteiten die zonder de impuls *Zuid-Hollandse Cultuursteden* ook wel hadden plaatsgevonden. Deze extra informatie uit de vergelijking werpt een heel ander licht op de behaalde resultaten per stad.

⁸ Reef, B. (2011) *Kinderen en museumbezoek. Investeren in het publiek van de toekomst*. Amsterdam: Nederlandse Museumvereniging

⁹ Ranshuysen. L. (2001) *Cultuurregio VPR: Onbehagen en Verworvenheid*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.

Enquêtes

Naast de registratie van bereik vond er bij de evaluatie van de *Zuid-Hollandse Cultuursteden* ook gericht bevolkings- en publieksonderzoek plaats, die dieper ingingen op specifieke onderdelen. Daaruit viel op te maken hoe het publiek van die activiteiten was samengesteld, hoe het die activiteiten beoordeelde, in hoeverre die activiteiten aanleiding gaven voor een eerste kennismaking met een bepaalde discipline en in hoeverre het bezoek impulsen gaf om nog vaker cultureel actief te zijn.

Bij de evaluatie van het meerjarige muzikeducatieve project *Music Matters* in Rotterdam is een outputregistratie gecombineerd met een enquête onder deelnemers. Hieruit bleek ondermeer dat het aandeel deelnemers met een Turkse of Marokkaanse achtergrond evenredig was aan de Rotterdamse populatie en dat Antilliaanse, Surinaamse of Kaapverdiaanse Nederlanders sterk oververtegenwoordigd waren. Bovendien waren de deelnemers relatief vaak afkomstig uit lagere sociaal-economische milieus vergeleken met een doorsnede van de Rotterdamse bevolking. Hieruit viel te concluderen dat de doelstelling om ander publiek te bereiken dan het regulier muziekonderwijs doorgaans bereikt ruimschoots werd behaald. Bovendien toonde de enquête aan dat deze 'nieuwe doelgroepen' zeer positieve ervaringen opdeden en zijn specifieke muzikeducatieve- en sociale effecten in kaart gebracht. Door de gestandaardiseerde aanpak was vergelijking tussen de diverse activiteiten mogelijk, waardoor sterke en zwakke punten van de verschillende projecten duidelijk werden.¹⁰

Het is verleidelijk om lange vragenlijsten uit te zetten om zo veel mogelijk informatie over het bereikte publiek te vergaren. Dit is echter lang niet altijd nodig. Bij *Music Matters* waren er veel vragen nodig om de verschillende dimensies van muzikeducatieve en sociale effecten in kaart te kunnen brengen. Bij minder complexe onderzoeksdoelstellingen kan worden volstaan met een 'bliksemenquête'. Dat is een korte lijst van circa 6 vragen, waarbij de respondent het juist antwoord kan inscheuren. Deelname aan zo'n enquête is weinig belastend en zorgt voor een grote en aselechte respons, waardoor een meer betrouwbaar beeld van het publiek ontstaat dan met lange enquêtes of online enquêtes mogelijk is. Zo'n bliksemenquête is uitgezet tijdens het *Yo! Operafestival 2007* om de waardering voor het aanbod en de effectiviteit van de gehanteerde media te toetsen. Het bleek dat de waardering voor de 15 onderzochte operavoorstellingen heel hoog lag (gemiddelde een dikke acht), maar dat enkele voorstellingen niet goed aansloegen bij de leeftijdsgroepen waarvoor ze waren bedoeld. Ook bleek het aandeel bereikte tieners lager lag dan beoogd.¹¹

Knelpunten

Met enquêtes onder publiek en deelnemers is de omvang en de samenstelling van het bereik goed in kaart te brengen. Zodoende is na te gaan of en in hoeverre beoogde doelgroepen worden bereikt. Bovendien is aan te tonen wat de waardering is voor het aanbod en in hoeverre dit verschilt tussen de doelgroepen. Ook effecten van specifieke educatieve methoden en/of marketinginstrumenten zijn aan de hand van enquêtes te toetsen. Deze onderzoeksmethode is echter kostbaar, omdat het specifieke deskundigheden vereist die veelal ingehuurd moeten worden. Bereikregistratie is minder arbeidsintensief, maar ook deze methode vereist de nodige tijd en vooral discipline. Aanbieders van kunst en cultuur steken hun energie liever in het realiseren van hun projecten dan in de evaluatie ervan. Zelfs als die projecten expliciet zijn bedoeld om meer interesse voor kunst en cultuur te realiseren bij nieuwe doelgroepen, ontbreekt nogal eens de motivatie om dit soort informatie structureel bij te houden.

¹⁰ Ranshuysen, L. (2010) *Music Matters: de meetbare effecten*, Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.

¹¹ Ranshuysen, L. (2007) *Yo! opera festival 2007. Uitkomsten bliksemenquête*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.

Het verzamelen van outputgegevens over producten en inspanningen (die het aanbod betreffen) leveren doorgaans niet zo veel problemen op. Die worden vol trots en *detail* geleverd. Het verzamelen van bereikcijfers (die de vraag betreffen) is echter veel moeizamer. Dit is volgens cultuurhistoricus Holden het gevolg van: "the cultural system's introversion, and the priority given to the professional/politics nexus."¹²

Door de als gevolg van de bezuinigingen ontstane noodzaak tot meer cultureel ondernemerschap ontstaat er de laatste tijd meer oog voor het verzamelen van informatie over degenen die de vraag vertegenwoordigen. Deze gegevens worden echter doorgaans niet uitgesplitst in receptieve, reflectieve en productieve deelname en een adequate verdeling over leeftijdsgroepen komt zelden tot stand. Ook specificatie van onderwijsgroepen ligt moeilijk: verder dan een uitsplitsing tussen primair onderwijs en voortgezet onderwijs komt men vaak niet. Terwijl het interessant is om informatie te hebben over de mate waarin onderbouw en bovenbouw worden bereikt. Bovendien is het goed om te weten in hoeverre de diverse onderwijstypen (vmbo, havo, vwo, mbo, hbo, universitair onderwijs en volwassen onderwijs) zijn vertegenwoordigd. Op het verzamelen van informatie over culturele herkomst ligt een taboe. De ervaring leert echter dat als je uitlegt dat deze informatie nodig is om subsidie te verkrijgen, bezoekers graag vertellen waar hun (groot)ouders oorspronkelijk vandaan komen.

Een beperking van de registratie van bereik, ook als dit zeer adequaat gebeurt, is dat de verzamelde kwantitatieve gegevens alleen bruikbaar zijn om te toetsen of de gewenste output is bereikt. Outcome-doelen, zoals effecten op attitude en gedrag zijn daar niet mee aan te tonen. Alleen wanneer het lukt om iedere geregistreerde deelnemer een unieke code te geven, is het mogelijk om in beeld te brengen in hoeverre actieve participanten doorstromen van de ene naar de andere activiteit. Op die manier is ook aan te geven of er sprake is van talentontwikkeling. Met enquêtes is weliswaar in kaart te brengen in hoeverre de houding ten aanzien van de centraal gestelde kunstdiscipline positief is beïnvloed, maar zonder een experimentele opzet zijn betrouwbare uitspraken over de effecten op lange termijn niet mogelijk.

KWALITATIEF ONDERZOEK

Meerwaarde

Kwantitatief onderzoek kan aantonen of een beleidsmaatregel of een project succesvol is, maar niet waarom dit het geval is. Bereikcijfers bieden geen inzicht in de waarde van het aanbod voor de participant. Met een enquête zijn weliswaar oordelen op uiteenlopende dimensies boven tafel te krijgen, maar waarom een activiteit goed of slecht scoort blijft ongewis. Dieper gaand kwalitatief onderzoek werpt hier wel een licht op. Bij kwalitatief onderzoek gaat het niet om het verzamelen van in cijfers uitgedrukte informatie, maar om het verkennen en inzichtelijk maken van een vraagstuk door middel van deskresearch, interviews of observaties. Hierbij staat het perspectief van de onderzoeksgroep veel meer centraal dan bij kwantitatief onderzoek mogelijk is. Het gedrag van cultuurparticipanten wordt niet ingepast in door wetenschappers en beleidsmakers ontwikkelde constructies in de vorm van registratie- of antwoordcategorieën. In plaats daarvan is er ruimte voor onverwachte gedragingen, motieven, denkbeelden en emoties en voor de specifieke situatie waarin het onderzoek plaats vindt. Deze open benadering biedt veel meer ruimte aan het referentiekader en beleving van de onderzochten en maakt het opsporen van onvermoede dimensies mogelijk. Dit leidt tot meer inzicht in de wisselwerking tussen kunst en cultuur met passief publiek en actieve deelnemers.

¹² Holden, J. (2006) *Cultural value and the crisis of legitimacy*. Londen: Demos. p.48

Bovendien zijn kwalitatieve onderzoeksmethoden bij uitstek geschikt om te onderzoeken wat mensen weerhoudt van cultuurdeelname. Dit inzicht is voor de ontwikkeling van effectief cultuurbeleid in feite nog belangrijker dan het bijhouden van wie wel al wordt bereikt.

Bij de evaluatie van cultuurbeleid zijn de volgende vijf categorieën onderzoeksobjecten te onderzoeken. De eerste twee categorieën (participanten en non-participanten) vertegenwoordigen de vraag, de andere drie het aanbod. Want dit laatste wordt niet alleen bepaald door producenten van kunst en cultuur, maar ook door intermediairs en beleidsmakers. De intermediairs spelen een belangrijke rol in hoe het aanbod wordt voor het voetlicht wordt gebracht, de beleidsmakers beïnvloeden trends in het aanbod en de verspreiding daarvan.

VRAAG

1. Participanten: productief (deelnemers) of receptief/reflectief (publiek).
2. Non-participanten: nieuwe doelgroepen (zoals: jongeren, personen die geen ervaring hebben met de centraal gestelde discipline of personen die geen toneel bezoeken maar wel cabaret en musicals, et cetera).

AANBOD

3. Aanbieders: beeldend kunstenaars, muzikanten, theatermakers, artistiek leiders en museum-, podium- en festivaldirecteuren.
4. Intermediairs: educatoren, marketeers en vertegenwoordigers van steunfuncties, het onderwijs en van andere instellingen die betrokken zijn bij het verspreiden van kunst- en cultuur.
5. Beleidsmakers: politici, ambtenaren, leden van adviesraden en andere experts die invloed uitoefenen op het cultuurparticipatiebeleid.

Hiervoor is al geconstateerd dat het bij de outputregistratie eenvoudiger is om het aanbod goed in kaart te brengen dan de vraag. Ook bij kwalitatief onderzoek geldt dat het eenvoudiger is om met representanten van de aanbodkant te praten dan met degenen die de vraag vertegenwoordigen. Dit komt doordat aanbieders, intermediairs en beleidsmakers veel beter in staat zijn om gefundeerd over culturele praktijken te praten en eerder bereid zijn om tijd in een onderzoek te steken. Toch loont het de moeite om vertegenwoordigers van publiek en non-publiek hun verhaal te laten doen. Doorgaans doe ik dat in de vorm van paneldiscussies, omdat dit mogelijk maakt om vertegenwoordigers van een bepaalde doelgroep te selecteren en bij elkaar te zetten om de in het onderzoek centraal gestelde culturele activiteit te bespreken. Door de onderlinge interactie zetten de panelleden hun denkbeelden tegen die van anderen of ze borduren daarop voort. Hierdoor komt meer informatie boven tafel dan bij face-to-face gesprekken. Bovendien worden de geventileerde opvattingen hierdoor van hun al te individuele invalshoeken ontdaan.

Keer op keer blijkt dat veronderstellingen van de kunst- en cultuuraanbieders zijn te weerleggen door intensief te spreken met participanten en non-participanten. Aangezien vastgeroeste hypothesen van aanbieders (maar ook van intermediairs en beleidsmakers) cultuurspreiding in de weg staan, is deze ontzenuwende werking een belangrijke meerwaarde van kwalitatief onderzoek. Neem het hardnekkige vooroordeel dat ik 'de mythe van het platvloerse publiek' ben gaan noemen. Aanbieders menen nogal eens dat publiek alleen op zoek is naar plat vermaak. Uit discussies met doelgroeppanels blijkt echter keer op keer dat de behoefte om iets te leren een grote rol speelt bij museumbezoek. Musea hoeven dus niet te 'verpretparken', maar moeten op zoek gaan naar kansen die dicht bij hun eigen missie staan. Zorgen voor heldere en gelaagde informatie en aandacht voor chronologie blijkt hierbij cruciaal, terwijl musea dit juist nogal eens ververwaarlozen, blijkt uit de gesprekken met museumbezoekers.

Uit gesprekken met non-participanten blijkt overigens dat er ook aan de vraagkant ook de nodige vooroordelen leven. Het in beeld brengen van het negatieve imago, dat soms ten onrechte bij bepaalde doelgroepen leeft, biedt handvaten om het beoogde imago te realiseren.

Ondersteuning bij verdere beleidsontwikkeling

Waar kwantitatief onderzoek nogal eens in abstracte termen om het beleidsprobleem heen cirkelt, kan kwalitatief onderzoek doelgericht inzoomen op een specifieke kwestie of beleidsprobleem. Hierdoor kan het gedetailleerde aanknopingspunten bieden voor beleidsbijsturing. Om die reden zijn kwalitatieve methoden bij uitstek geschikt in het kader van onderzoek dat tot doel heeft om verder te gaan dan louter het legitimeren van gevoerd beleid. Wanneer het de bedoeling is dat er van het onderzoek wordt geleerd voor de toekomst, is het immers nodig om diepgaand in beeld te brengen wat de succes- en faalfactoren van het gevoerde beleid zijn. Bij *Music Matters* wensten de opdrachtgevers niet alleen dat de effecten werden geëvalueerd, maar ook de ingezette methoden. Er zijn unieke etniciteitoverstijgende muzikeducatieve projecten ontwikkeld en de daarmee opgedane ervaringen dienden inzichtelijk en overdraagbaar te worden gemaakt, opdat er niet alleen in Rotterdam maar ook daarbuiten van geprofiteerd kon worden. Daarom is bij de evaluatie van *Music Matters*, naast het al besproken kwantitatief onderzoek, ook uitgebreid kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Hiervoor zijn het Lectoraat Burgerschap en Culturele Dynamiek van de Hogeschool van Amsterdam en het Centrum voor Interculturele Studies van de Hogeschool voor de Kunsten te Utrecht aangetrokken. Die voerden literatuurstudies, interviews en observaties uit om meer inzicht te krijgen in hoe de gesignaleerde muzikeducatieve- en sociale effecten tot stand kwamen. Tevens is middels deskresearch, interviews en een paneldiscussie onderzocht welke nieuwe methoden en samenwerkingsvormen zijn ontwikkeld en wat de leereffecten zijn bij de projectbegeleiders en participerende organisaties. Dit leidde tot concrete centrale aanbevelingen op basis waarvan *Music Matters* zich (nog meer) als inhoudelijke dirigent van de laagdrempelige muzikeducatie in Rotterdam kan ontwikkelen.¹³

Een voorbeeld van beleidsevaluatie waarbij louter kwalitatief onderzoek is toegepast, biedt de evaluatie van drie wijkgerichte programma's in het kader van het Rotterdamse Actieplan Cultuurbereik. Binnen deze programma's is acht jaar lang geëxperimenteerd met nieuwe werkwijzen, gericht op versterking van het kunst- en cultuuraanbod in de wijken en het bereiken van nieuwe doelgroepen. Het betreft:

- Cultuurscouts, die ontluikende culturele initiatieven en talenten in de wijken ondersteunen,
- Cultuurbuur, waarbij stedelijke kunstinstituten podiumkunsten in de wijken brengen,
- Musea en de wijken, waarbij musea activiteiten voor en met input van wijkbewoners ontwikkelen.

Ook hierbij wilde de gemeente Rotterdam de effecten van deze programma's vaststellen en analyseren, opdat van de ervaringen geleerd kon worden binnen en buiten Rotterdam. Gezien de enorme variatie in vorm en inhoud van de binnen deze programma's ontwikkelde projecten, was het onmogelijk om hier gestandaardiseerde registratiemethoden of enquêtes op los te laten. Vandaar dat is gekozen voor deskresearch, interviews, observaties en navraag per telefoon en/of e-mail. Per programma zijn successen en knelpunten uitgesplitst op basis waarvan gedetailleerde aandachtspunten ten behoeve van verbeteringen zijn gerapporteerd. Hiermee konden zowel de dienst Kunst & Cultuur, die de regie over deze programma's heeft, als de organisaties die de programma's uitvoeren hun voordeel meedoen.¹⁴

¹³ Geest, N. van der en L. Ranshuysen (2011) 'Van spin in het web tot dirigent' In: *Een muzikaal web over Rotterdam: sociale en muzikeducatieve effecten van Music Matters*. Rotterdam: Stichting Music Matters.

¹⁴ Ranshuysen, L. (2008) *WIJK IN / WIJK UIT. (slotrapportage in het kader van de kwalitatieve evaluatie van wijkgerichte activiteiten binnen Rotterdamse Actieplan Cultuurbereik)* Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen

Onderbenutting van kwalitatief onderzoek

Alhoewel kwalitatief onderzoek gedetailleerde aanknopingspunten biedt voor de invulling van toekomstig beleid, wordt kwantitatief onderzoek veelal beter benut. Illustratief is het eerder besproken onderzoek naar de effecten van de Amsterdamse *Muziekluisterlessen* en *Kunstkijkuren*. Dat bestond naast de bevolkingsenquête ook uit een kwalitatief onderzoek naar de opzet van beide educatieve programma's. Uit de documentatie vanaf het ontstaan van deze lessen en aan de hand van interviews met organisatoren, docenten en oud-deelnemers zijn enkele belangrijke succesfactoren geïdentificeerd. Zoals het vaste stramien waarin de lessen elk jaar werden aangeboden. Dit zorgde voor een groot bereik: scholen waren vertrouwd met beide programma's en roosterden die automatisch in. Hierbij speelde mee dat de activiteiten geheel werden verzorgd door externe docenten, waardoor weinig investering van de klasseleerkrachten werd gevraagd. Een belangrijke troef was dat deze educatoren zelf beeldend kunstenaars of musici waren. Uit verhalen van oud-leerlingen bleek dat vooral de unieke persoonlijkheid en de bevoegenheid van deze docenten waren bijgebleven. Een belangrijke conclusie was dan ook dat een uniform, overzichtelijk en laagdrempelig aanbod van door gepassioneerde externe vakdocenten verzorgde educatieve programma's veel effectiever is dan versnipperd aanbod van ad-hoc projecten, waarbij de inbreng van klasseleerkrachten is vereist¹⁵. De geringe weerklank die deze kwalitatieve uitkomsten kregen, stonden in schril contrast met de gretigheid waarmee de kwantitatieve resultaten zijn opgepakt. Alhoewel menig latere kwalitatieve evaluatie van kunsteducatieprojecten tot dezelfde conclusie komen¹⁶, lijkt het huidige cultuureducatiebeleid haaks te staan op deze bevindingen.

Een recenter voorbeeld is dat ik onlangs werd gebeld door iemand die door de gemeente Rotterdam was gevraagd om de knelpunten van *Cultuurbuur* in beeld te brengen. Tot haar verbijstering ontdekte zij dat alle zaken die zij met veel inspanningen begin 2012 kaart bracht reeds door het evaluatieonderzoek in 2007 op een rij waren gezet¹⁷. De aanbevelingen uit dat rapport bleken nog steeds actueel, omdat daarmee in die tussentijd nauwelijks iets was gedaan.

Keer op keer blijkt dat de legitimerende boodschap uit kwantitatief onderzoek wordt gebruikt, terwijl de opdrachtgever optimaliserende impulsen die kwalitatief onderzoek oplevert negeert. Het sterke punt dat kwalitatief onderzoek tot zeer concrete aanbevelingen kan leiden, blijkt een achilleshiel. De vertaling van onderzoeksuitkomsten naar de praktijk kan beleidsmakers en –uitvoerders in de wielen rijden, omdat die lijnrecht ingaan tegen hun eigen agenda of voorkeuren. Aanbieders van kunst en cultuur, maar ook de intermediairs en beleidsmakers, ervaren te concrete aanbevelingen als ingrijpen in hun professionele autonomie. Kwantitatieve resultaten krijgen de voorkeur omdat ze die zelf kunnen vertalen naar beleid dat in hun straatje past.

Een andere oorzaak voor onderbenutting van kwalitatief onderzoek is dat dit doorgaans is verbonden aan een specifieke context, waardoor het niet relevant lijkt buiten de kring van direct betrokkenen. Toch is dit type onderzoek breder te benutten als de uitkomsten ervan meer gedeeld, geïntegreerd en geaccumuleerd zouden worden. Dit gebeurt nauwelijks. Zo is er de afgelopen 20 jaar veel onderzoek gedaan naar effecten van educatieve museale projecten. Die zijn echter geheel genegeerd bij het onlangs uitgevoerde grootschalige onderzoek ten behoeve van de bevordering van museumbezoek door kinderen. Dit heeft er toe bijgedragen dat de aanbevelingen uit dit onderzoek blijven steken in algemeenheden, zoals: 'kies een concept en stel een realistisch doel' en 'doe iets extra's wat kinderen

¹⁵ Ranshuysen, L. (1993) *Scholen in kunst: effecten van kunsteducatie op cultuurdeelname*. Utrecht: LOKV (Katernen Kunsteducatie)

¹⁶ Zie o.a. L. Ranshuysen (2011) *In de beperking toont zich de meester* (Paper voor de vijfde Conferentie Onderzoek in Cultuureducatie) Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen

¹⁷ Ranshuysen, L. (2007) *Kunstinstellingen in de wijken*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen

leuk vinden'.¹⁸ Doordat onderzoekers te weinig bekend zijn met eerdere inzichten en relevante theoretische invalshoeken en verzuimen om hun conclusies en aanbevelingen los te maken van hun specifieke context ontstaat er geen kennisaccumulatie.

Effectieve evaluatie van cultuurbeleid

Geconstateerd is dat vaak niet hard is te maken of vastgestelde toename van cultuurparticipatie daadwerkelijk het gevolg is van specifieke beleidsmaatregelen. Andere beleidsimpulsen spelen doorgaans ook een rol en persoonlijke omstandigheden en maatschappelijke ontwikkelingen wegen zwaarder dan overheidsbeleid. Hierdoor is het vrijwel ondoenlijk om maatschappelijke effecten van participatiebeleid te vangen met kwantitatief bevolkingsonderzoek. Wellicht moeten we dat dan ook maar niet meer proberen. De middelen die daardoor worden uitgespaard, zijn in te zetten voor meer zinvol onderzoek. De meest adequate methoden zijn in het navolgende schema samengevat. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen *legitimerend* onderzoek (gericht op evaluatie van output en outcome om het succes van het beleid aan te tonen) en *optimaliserend* onderzoek (gericht op het evalueren van strategieën en het inventariseren van nieuwe kansen ter ondersteuning van toekomstig beleid).

METHODEN VOOR DOELGERICHTE EVALUATIE VAN CULTUURPARTICIPATIEBELEID		
	LEGITIMEREND ONDERZOEK <i>evalueert de waarde van overheidsmaatregelen of educatieve- en participatieprojecten</i>	OPTIMALISEREND ONDERZOEK <i>evalueert ingezette maatregelen en methoden om die te doorgronden en te verbeteren</i>
DOEL	output evalueren	werkwijzen evalueren
PRIMAIRE METHODEN	<ul style="list-style-type: none"> gestandaardiseerde registratie van producten, inspanningen en bereik 	<ul style="list-style-type: none"> deskresearch interviews en paneldiscussies met aanbieders, intermediairs en ambtenaren uniforme zelfevaluatieformulieren
verdiepend	<ul style="list-style-type: none"> bliksemenquêtes onder participanten om meer zicht te krijgen op de samenstelling van het bereik 	<ul style="list-style-type: none"> observaties en paneldiscussies met participanten om de doorwerking van de ingezette methoden te doorgronden
DOEL	outcome evalueren	kansen inventariseren
PRIMAIRE METHODEN	<ul style="list-style-type: none"> langere vragenlijsten, waar mogelijk met een experimentele opzet 	<ul style="list-style-type: none"> literatuurstudie paneldiscussies met <u>non</u>-participanten
verdiepend	<ul style="list-style-type: none"> paneldiscussies met participanten om doorwerking van de methoden te doorgronden 	<ul style="list-style-type: none"> experimenten om nieuwe werkwijzen te toetsen

Een zo uitputtend mogelijke outputregistratie is de meest voor de hand liggende manier om de omvang en aard van door kunst- en cultuurinstellingen gerealiseerde cultuurdeelname in kaart te brengen. Bij de subsidieaanvraagprocedure voor de culturele basisinfrastructuur 2013-2016 zijn door het Ministerie van OCenW digitale standaardaanvraagformulieren ingezet, die een meer uniforme outputregistratie bevorderen¹⁹. Deze aanpak maakt het tevens mogelijk om geautomatiseerde *overall* analyses uit te voeren, waarmee de ontwikkelingen in het landelijke cultuurbereik zijn te monitoren. Wanneer instellingen ook bliksemenquêtes inzetten, ontstaat er een nog meer gedetailleerd beeld van de samenstelling van de bereikte publieks- en deelnemersgroepen.

¹⁸ Ranshuysen, L. (2011) 'Op zoek naar nieuwe wondermiddelen. Kinderen en museumbezoek' In: *MMNieuws* Nr. 6 Jg. 12

¹⁹ Zie <http://www.cultuursubsidie.nl/node/177>.

Meer specifieke, langere vragenlijsten (liefst in het kader van een voor- en nameting) en raadpleging van deelnemerspanels kunnen inzicht bieden in de doorwerking van de gerealiseerde cultuurdeelname op de langere termijn.

Indien het onderzoek meer beoogd dan louter aantonen van effecten, maar ook bedoeld is ter ondersteuning van de ontwikkeling van nieuw beleid, is deskresearch nodig en bevraging van degenen het cultuurbeleid invullen en uitvoeren. Daarnaast is het zinnig om ingezette werkwijzen te evalueren door gestandaardiseerde zelfevaluatieformulieren. Het hanteren van gelijkgeschakelde evaluatiecriteria maakt kennisaccumulatie beter mogelijk. Voor het evalueren van educatieve projecten is bijvoorbeeld gebruik te maken van het theoretisch kader van *Cultuur in de Spiege*²⁰.

Aan gestandaardiseerd onderzoek kleeft het gevaar dat er rigide instrumenten ontstaan, die geen recht doen aan de dynamiek binnen de cultuursector. Daarom dient er altijd ruimte te zijn voor aanvullingen. De standaardformulieren moeten jaarlijks worden bijgesteld op basis van patronen in die aanvullingen en de ontwikkelingen in het aanbod en de vraag. Het is nadrukkelijk niet de bedoeling dat er allerlei gestandaardiseerde registraties en zelfevaluaties ontstaan om aan bureaucratistische behoeften te voldoen. Belangrijk is dat niet alleen de subsidiegevers maar vooral de instellingen zelf van de vergaarde informatie profiteren. De in te zetten formulieren dienen daarom in nauw overleg met vertegenwoordigers van de cultuursector tot stand te komen, opdat er recht wordt gedaan aan hun informatiebehoeften en zij er ook hun voordeel mee kunnen doen.

²⁰ Zie www.cultuurindespiegel.nl.