

Introductie

Educatie van bezoekers is in bijna alle dierentuinen één van de primaire doelen. Echter komen de meeste bezoekers niet voor eigen educatie, maar voor entertainment en educatie voor anderen. Om bezoekers gericht te educeren, moet er een duidelijker beeld zijn over de werking van educatie in de dierentuin. Dit onderzoek bestudeert wat er allemaal invloed kan hebben op de effectiviteit van educatie.

• Identiteit van bezoekers

Iedere bezoeker heeft andere redenen om naar een dierentuin te komen. Hoe is deze identiteit van invloed op de effectiviteit van de aanwezige educatie?

• Verschillende middelen van educatie

Dierentuinen gebruiken een grote verscheidenheid aan communicatiemiddelen: informatieborden, shows, exposities, etc.

Bezoekersidentiteiten

Dit onderzoek gebruikt de vijf identiteiten van Falk, Heimlich en Bronnenkant (2008). Zij onderscheiden vijf verschillende motivaties die iemand kan hebben om een museum of dierentuin te bezoeken:

- 1. Explorers** – Zijn nieuwsgierig en willen graag leren
- 2. Facilitators** – Komen voornamelijk voor anderen
- 3. Professionals/Hobbyists** – Zien een verbondenheid tussen de dierentuin en hun beroep/hobby
- 4. Experience seekers** – Komen omdat ze de dierentuin een belangrijke plek in de omgeving vinden
- 5. Spiritual pilgrims** – Komen om te reflecteren, na te denken en opgebouwd te worden door de dierentuin.

Methode

Pilot studie

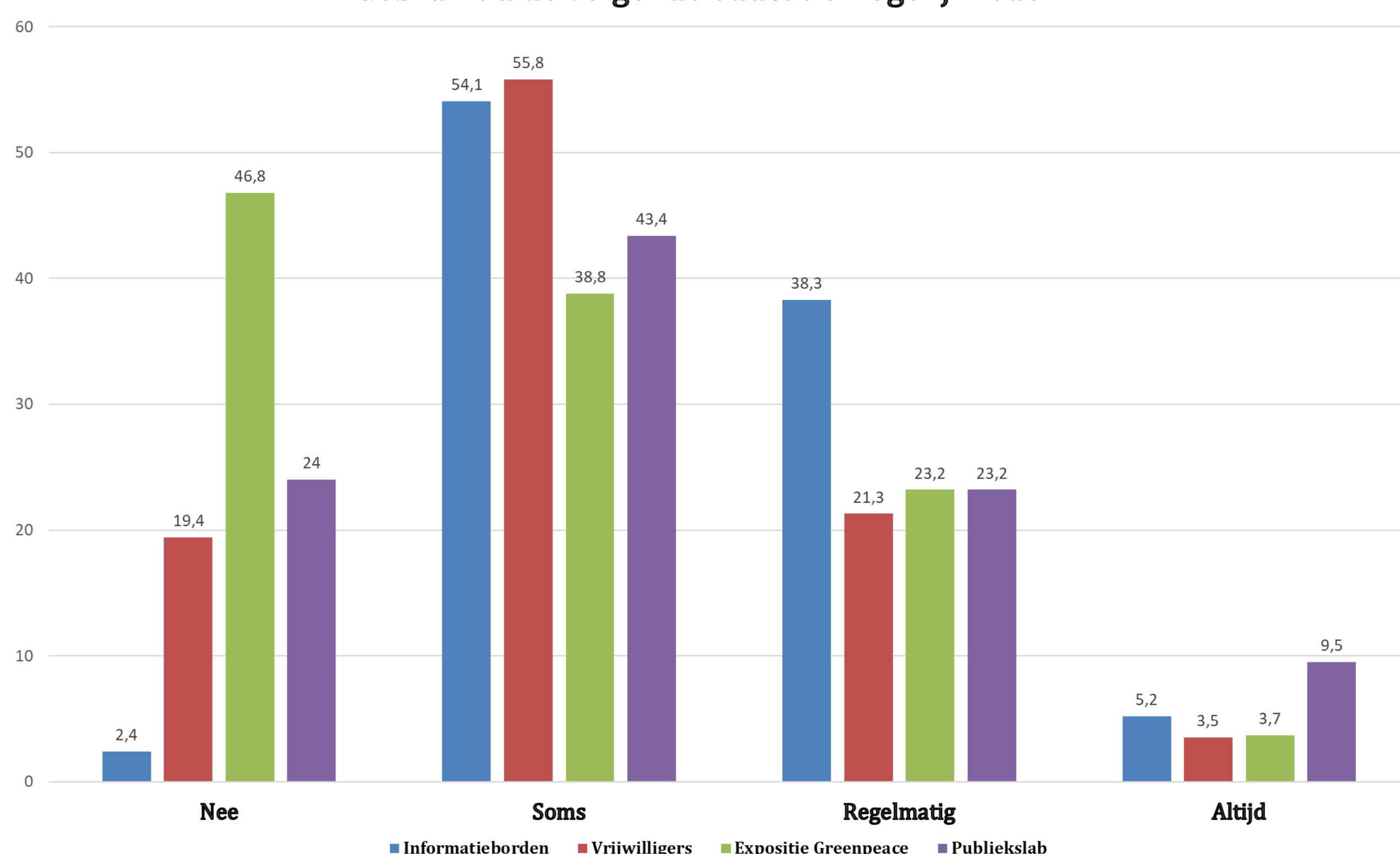
- Kwalitatief onderzoek
- Interviews met abonneementhouders in Blijdorp
- 11 participanten

Grootschaals onderzoek

- 792 participanten (287 mannen, 506 vrouwen)
- Vragenlijst naar abonneementhouders van Blijdorp
- Meegenomen educatiemiddelen zijn: informatieborden, vrijwilligersinformatiepunten, de expositie van Greenpeace en het publiekslab

Voorlopige resultaten

Gebruikt u de volgende educatiemogelijkheden?



Vrijwilligersinformatiepunten

Tabel 3. Waarom luistert u naar vrijwilligers?

Identiteit	Luistert u naar vrijwilligers?	Leren over dieren***	Leren over natuur	Familie/vriend wil luisteren***
Prof/Hobbyist	.122**	.139***	.170***	.083*
Spiritual	-.010	.042	.041	-.089*
Explorer	.035	.002	.035	.048
Facilitator	.175***	.122**	.063	.323***
Experience	.022	.038	.042	-.030

* = p < .05, ** = p < .01, *** = p < .001

Tabel 4. Waarom luistert u niet naar vrijwilligers?

Identiteit	Interesseert mij niet	Geen tijd***	Vriend/familie wil niet luisteren***	Drempel vrijwilliger aanspreken is hoog	Ken de informatie al
Prof/Hobbyist	-.139***	-.081*	-.055	-.044	.140***
Spiritual	-.015	-.016	-.039	.022	-.030
Explorer	.003	.028	-.037	.061	-.015
Facilitator	-.036	.036	.134***	-.036	-.049
Experience	-.029	-.015	.006	-.054	.004

* = p < .05, ** = p < .01, *** = p < .001

Informatieborden

Tabel 1. Waarom leest u informatieborden?

Identiteit	Leest u borden?	Om te weten welk dier ik zie	Leren over dieren***	Leren over natuur***	Iemand anders informeren**	Wachten op iemand
Prof/Hobbyist	.091**	-.080*	.052	.155***	.014	-.054
Spiritual	.072*	.101**	.145***	.070*	.030	.011
Explorer	.020	.023	.005	.075*	.049	.022
Facilitator	.001	.106**	.099**	.044	.372***	.211***
Experience	.049	.037	.013	.031	.008	-.001

* = p < .05, ** = p < .01, *** = p < .001

Tabel 2. Waarom leest u geen informatieborden?

Identiteit	Kost teveel tijd**	Interesseert niet	Teskten zijn te lang	Borden zien er onaantrekkelijk uit	Informatie weet ik al
Prof	-.067	-.062	-.120***	-.131***	.187***
Spiritual	-.098**	-.084*	-.082*	-.038	-.058
Explorer	.046	.010	.054	.042	-.055
Facilitator	.050	-.051	.054	.012	.025
Experience	-.028	-.004	.002	.008	-.017

* = p < .05, ** = p < .01, *** = p < .001

Voorlopige conclusies

- Informatieborden worden het vaakst gebruikt, exposities het minst
- Professionelen/Hobbyisten krijgen de meeste educatie mee
- De meeste bezoekers dragen kenmerken van Spiritual Pilgrims of Facilitators.
- Spiritual Pilgrims lezen informatieborden, Facilitators luisteren naar vrijwilligers

Dit onderzoek is uitgevoerd als onderdeel van de MSc-opleiding Economic and Consumer Psychology aan de Universiteit Leiden en in samenwerking met Diergaarde Blijdorp.

Meer informatie? Contact Amaryllis Clement (a.clement.2@umail.leidenuniv.nl)