

A LA KARTE

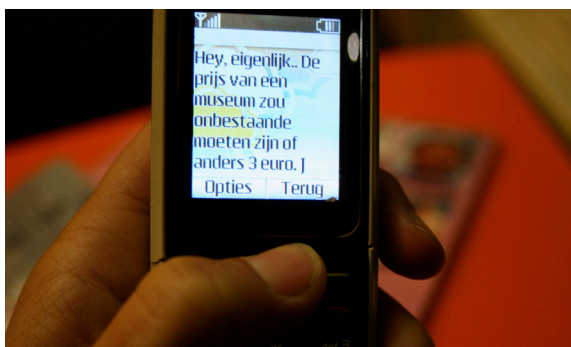
een diner over smaak

EEN BEVRAGING VAN ANTWERPSE JONGEREN OVER HUN VISIE OP MUSEA

Door Ladda vzw in opdracht van het Museum aan de Stroom en de stad Antwerpen.

Een tête-à-tête met 24 jongeren

In 2009 kreeg Ladda vzw de opdracht van MAS / Musea in Jonge Handen om Antwerpse jongeren tussen 18 en 25 jaar te bevragen. Ladda ging uit eten met vierentwintig Antwerpse jongeren met verschillende achtergronden. Aan de hand van de stappen in een menu werd een diepgaand gesprek over smaak, stad, leefwereld, geschiedenis, cultuur (beleving) en musea, gevoerd. Doel van de bevraging was ontdekken wat jongeren van een museum in het algemeen - en van het MAS in het bijzonder - verwachten, met betrekking tot ruimte, erfgoed en communicatie. De resultaten, gebundeld onder de naam 'A La Karte', schetsen soms een verrassend beeld. De resultaten en zeker de aanbevelingen zijn niet enkel bruikbaar binnen de Antwerpse context en in museumkringen. Door de grote diversiteit onder de respondenten, de methodiek (intense diepte – interviews) én de bevroegde topics die de lokale context overstijgen, zijn de aanbevelingen inzetbaar in verschillende sectoren, diverse contexten en locaties. Zo werd dit onderzoek geselecteerd voor een academisch congres in het Engelse Surrey.



Het 'rapport'

'A La karte' voorziet naast aanbevelingen ook duidelijke tips van jongeren. Daarmee is dit rapport een stevige basis om theorie om te zetten in praktijk.

Iets opvallend wat doorheen verschillende bevroegde topics vaak opduikt, is het gegeven dat jongeren eigenlijk niets tegen inhoud, musea en diepgang hebben. Belangrijk is wel dat er steeds raakvlakken met hun leefwereld zijn. Hetzelfde geldt voor 'vroeger'. Jongeren

zijn best wel geïnteresseerd in het verleden zolang ze maar op één of andere manier een aanknopingspunt kunnen vinden met hun eigen leven en interesses. Wanneer die raakvlakken met hun leefwereld er niet zijn, is de kans klein dat ze komen.

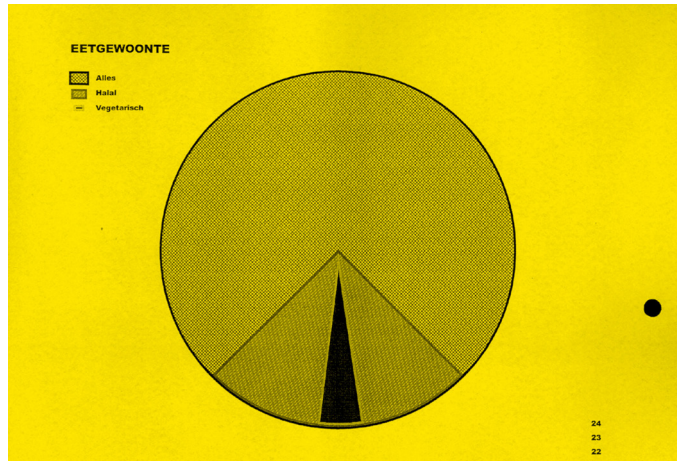
Jongeren hechten veel aandacht aan kwaliteit, dit zowel op vlak van inhoud, technologie, presentatie als communicatie. Sterke communicatie is dan ook cruciaal wanneer je jonge mensen wil bereiken. Als organisatie moet je iets te vertellen hebben én dat ook in de vormgeving tonen. Verder zijn offline communicatiemiddelen in combinatie met goede online aanwezigheid onontbeerlijk om jongeren optimaal te kunnen bereiken.

Het is geen goed idee om te gericht en zichtbaar op de doelgroep jongeren te werken. Jongeren voelen zich niet graag een vreemde diersoort én ze verschillen onderling zeer sterk. Daarom lijkt het aangewezen om vanuit een duidelijk onderwerp en vanuit een aantrekkelijke invalshoek te werken. Dialoog is hiervoor een vereiste. Jongeren zijn hier sterke voorstander van op voorwaarde dat ze aux sérieux genomen worden en er concrete acties volgen.

Daarnaast is het belangrijk om op vlak van sfeer, inkleding en communicatie te kiezen voor formats waar jongeren zich goed bij voelen. Want op 'je gemak zijn' in een museum is blijkbaar geen evidentie.

“Ik heb altijd het gevoel dat ze op mijn vingers zitten te kijken en heb dan zo het gevoel dat ik heel de tijd foute dingen doe en niet weet hoe het werkt.”

In totaal werden 15 verschillende topics bevroegd. De visies van de jongeren kan je per topic nalezen in het rapport. Naast het per onderwerp bundelen van de verschillende meningen, werd het geheel ook vertaald in 70 aanbevelingen.



Het rapport werd onder handen genomen door het grafisch collectief Wesley Wolkman en je kan het downloaden op <http://www.ladda.be/alakarte/wp-content/uploads/2010/03/rapportalakarte.pdf> of via http://www.mas.be/mas_injongehanden.html

Info over de bevraging:
<http://www.ladda.be/wp/?p=833>
of lotte@ladda.be

Info over het MAS/Musea in Jonge Handen:
<http://www.mas.be/>
of ruth.cluysen@stad.antwerpen.be

Wesley Wolkman, vormgeving

Wesley Wolkman (1984) is in 2007 afgestudeerd als een grafisch ontwerper (meester in de typografie) aan het Sint-Lucas Gent. Momenteel zet hij zijn opleiding verder aan de werkplaats typografie in Arnhem, Nederland. Eveneens is hij de oprichter van W.W. Publishers (Publishing Publish Company), een klein en onafhankelijke uitgeverij. Wolkman werkt in opdracht alsook aan eigen projecten.

Wesley Wolkman volgde het verloop van het project op en verwerkte het inhoudelijke verhaal en het afgelegde traject in een ontwerp. Zo werd bvb. diversiteit (in mensen, in smaakvoorkeuren, ...) gerepresenteerd door vele kleine, unieke kleurschakeringen en de mogelijkheid zelf een cover samen te stellen. Het ontwerp is op z'n minst gelaagd te noemen.

Recente opdrachten:

Ontwerp en Realisatie Tijdslijn M HKA, M HKA, Antwerpen

Artistieke Invulling Thema XXL, Cultuurmarkt, Antwerpen .

Project W.W.Edition7 in de Monty

Antwerpen Lezing op Integrated 2009, deSingel

DeelnameNYArt Book Fair, met WerkplaatsTypografie, New York

<http://www.wesleywolkman.com>



Quotes

Geschiedenis was mijn hatelijkste vak in 't middelbaar, maar nu heb ik daar dikke spijt van want hoe ouder dat je wordt hoe meer dat je er bewust van wordt dat dat belangrijk is.

Hoe kan een Picasso of een oude kerk interessant zijn voor mij?

Musea zijn nogal saai. Ze zouden iets levendiger mogen zijn. Een museum zou meer moeten bewegen, bijvoorbeeld naar onze straat hier in Berchem.

Een museum over hardcore, daar zou ik direct naar toegaan. Maar ja, dat is ook wel niet evident, hardcore is underground, hé. Maar gewoon al, een muziekmuseum, met de geschiedenis en evolutie van bepaalde stijlen enzo. Ik denk dat veel mensen dat echt interessant zouden vinden.

Zo een museum over de verschillende culturen die hier allemaal in Anwerpen zijn beland - want hey, wij zijn hier niet de enige zonne die van ergens anders komen, d'er komen er steeds bij en die kennen wij ook niet - zou 'k wel interessant vinden. Zo kunnen we van onszelf en elkaar de geschiedenis een beetje leren kennen en kunnen mensen elkaar misschien een beetje meer begrijpen.

Ik heb altijd het gevoel dat ze in Antwerpen toch een beetje achterna hinken op wat er in de rest van de omliggende landen gebeurt. (...) Ben een paar keer in het Vanabbemuseum geweest in Eindhoven, daar hebben ze heel goede tentoonstellingen... (...) Dat ben ik in Antwerpen toch nog niet tegengekomen. Het SMAK in Gent haalt het qua vaste collectie zeker ook niet van het Vanabbe of het Ludwig, wat volgens mij heel weinig musea hebben. Maar das op zich ook niet erg want het Ludwig, daar zijde op een uurke met de auto, Tate Modern daar zijde op twee uren met de trein...

Het gaat allemaal zo snel, dat ze toch niet mee zouden zijn. Als je thuis van die supersnelle en realistische games hebt, ga je echt niet in zo'n museum zo een beetje een traag, ouderwets spel met dikke knoppen spelen.'

Ik zou toch genoeg open, vrije ruimte houden en niet alles volsteken. Dan kan je tijdelijke tentoonstellingen van jonge lokale kunstenaars doen, of de invulling van die ruimte door een collectief of zo laten doen.

Over (ouderwetse) audiotelefoon: De laatste keer dat ik da gebruikt heb zo'n ding, da was dan zo'n telefoon da ge moest vasthouden, da was toen ik naar het Lam God's ging kijken in het Sint Baafs. En dan stade daar echt zo'n halfuur met da ding in uw hand zo naar da ding te kijken en dan ja... Ge zijt soms al drie schilderijen verder en is dat madammeke nog altijd bezig over dat eerste.

Games of een Wii zijn wel leuk maar als je echt iets wil leren of weten lijkt me dat niet de beste manier.

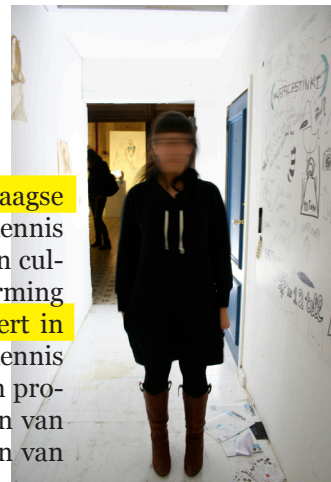
Tagging is wel goed als het thema me interesseert. 't Zou wel leuk zijn moest het voor meer dan één museum zijn, dan krijg je collectieve verzamelingen van bijvoorbeeld musea in Vlaanderen.

Als het wat langer zou open zijn, zo ongeveer tot drie uur na de werkuren denk ik dat er wel meer volk zou komen.

Het stoffige moet eraf. Maar ze moeten ook niet proberen te hip te zijn.

Als je van die fairtrade producten gaat aanbieden, is dat vaak ook alweer een reden om meer te vragen. Waarom maken ze fruitsap eigenlijk altijd zoveel duurder dan een cola of zo.

Ik vind een cinematicketje al duur. Dus voor een museum zou ik niet meer dan drie euro betalen.



Ladda is expert in jeugdcultuur!

Ladda onderzoekt, duidt en vertaalt hedendaagse evoluties binnen jeugdcultuur. Een goede kennis over de actuele leefwereld van jongeren en hun cultuur draagt immers bij aan een juiste beeldvorming en een beter begrip. Ladda observeert/opereert in en rond de leefwereld van jongeren. Onze kennis en expertise zetten we in bij het uitwerken van producties voor en met 'jongeren', het verstrekken van advies, het geven van lezingen en het schrijven van artikelen.

Research

Ladda doet aan research en rapporteert via verschillende kanalen. Zo bloggen we op bladda over jeugdcultuur, scenes, online communities, ... We brengen onder de naam Espacezine een magazine uit dat op onregelmatige basis verschijnt, ...

Wat kunnen we voor u doen?

- > onderzoek & rapport
- > alternatieve onderzoeksconcepten uitdenken
- > interviews
- > gesprekken, rondetafels, focusgroepen opzetten
- > bijdrages leveren aan onderzoeksmatige publicaties, ...

Productie

Ladda realiseert vernieuwende acties, projecten en producten met een hedendaags en authentiek karakter, voor en met jongeren! Zo organiseert Ladda jaarlijks 'Winterkamp', een festivaldag over jeugdcultuur vol inhoudelijke en artistieke bespiegelingen geïnspireerd op Ladda's bevindingen uit het nabije verleden en met een blik op de toekomst, ...

Wat kunnen we voor u doen?

- > evenementen op poten zetten, van exposities tot festivals
- > interventies uitwerken, zowel artistiek, educatief, ...
- > ondersteunen bij het opzetten van online netwerken
- > uitdenken van concepten en/of het realiseren van interactieve audiovisuele installaties
- > uitwerken van projecten of acties ter ondersteuning van publiekswerking

Consulting

Ladda fungeert als kenniscentrum inzake jeugdcultuur en zetelt in stuurgroepen/denktanken/debatten, beantwoordt vragen van journalisten, collaboreert met- en ondersteunt jonge collectieven, organisaties, individuen, studenten, ...

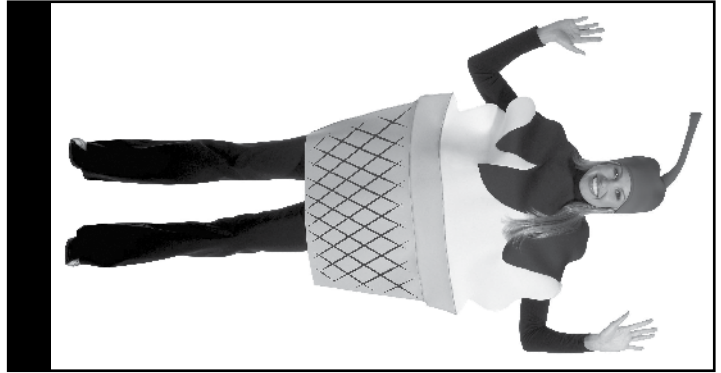
Wat kunnen we voor u doen?

- > ideeën en bestaande formats analyseren/bijsturen
- > meedenken, brainstormen
- > vertalen van kennis en data op maat van organisaties of specifieke sectoren
- > het geven van feedback, bijvoorbeeld op vlak van methodiek, 'look en feel', ...
- > het geven van een lezing (op maat)
- > verstrekken van informatie aan pers, ...

Ladda vzw
Kammerstraat 19
9000 Gent
09/329.93.99
ladda@ladda.be
www.ladda.be
www.ladda.be/bladda
-> Ladda's blog over
jeugdcultuur, scenes,
online communities, ...

5

Speel in op het feit dat jongeren op vakantie wel naar musea gaan. Toon Antwerpen als een stad waar -net als op vakantie- nog heel wat te ontdekken valt.



Geschiedenis was mijn hatelijkste vak in 't middelbaar, maar nu heb ik daar dikke spijt van want hoe ouder dat je wordt hoe meer dat je je er bewust van wordt dat dat belangrijk is.

2 Jongeren en musea?

'Jongeren en musea. Een goed huwelijk is het zelden', lezen we in KIES*¹. Daarenboven hebben jongeren de naam een moeilijke doelgroep te zijn en torsen musea het etiket 'saai' met zich mee. Toch willen wij voor deze bevraging niet vanuit een probleem, noch een tegenstelling uitgaan. Dat lijkt ook niet nodig als je de museumdefinitie gehanteerd door het MAS erbij neemt:

'Een museum is een permanente instelling, zonder winstbejag, ten dienste van de gemeenschap en van haar ontwikkeling, toegankelijk voor het publiek, die de materiële en immateriële getuigenissen van de mens en zijn omgeving verzamelt, bewaart, onderzoekt en tentoonstelt en hierover informatie verstrekt voor studie, educatie en recreatie.'²

¹ KIES* p.6

² Museumdefinitie van het International Council of Museums (ICOM)

2. VROEGER EN GESCHIEDENIS

We kunnen stellen dat alle bevraagde jongeren -weliswaar elk op hun manier- interesse hebben in 'vroeger'. Verhalen over vroeger, op een fijne manier¹ verteld of gebracht, kunnen hen echt boeien. Geschiedenis houdt hen dus bezig. Ze geven aan dat ze vroeger, toen ze jonger waren, geschiedenis vaak saai vonden, maar dat ze nu het belang ervan veel beter kunnen inschatten. Tijdens de gesprekken merkten we dat ze

geschiedenis heel erg leuk aan hun persoonlijke leven en hun identiteit: *"Geschiedenis bepaalt mee wie je uiteindelijk bent."* *"We zijn allemaal een beetje geschiedenis."*

Verschillende jongeren betreuren dat hun grootouders overleden zijn. Ze geven aan dat ze nu wel geïnteresseerd zijn in hun verhalen, in tegenstelling tot hun jongere jaren waar ze niet altijd even geboeid luisterden of nooit de kans grepen vragen te stellen over vroeger.

Jongeren zijn ook nieuwsgierig naar dagdagelijkse dingen uit het leven van mensen, en vooral jongeren,

in een andere tijd: naar welke muziek luisterden mensen toen, welke kleren droegen ze,... *"Ik vind het altijd wel boeiend om dingen te weten over hoe de mensen vroeger moesten vechten voor hun bestaan."*

Daarnaast zijn jongeren best wel geboeid door de geschiedenis en evolutie van artistieke disciplines en verschillende jeugd(sub)culturen (bijvoorbeeld fotografie, graffiti, architectuur, bboying², hardcore muziek, flyers en affiches, schilderkunst, design,

punkscène in Antwerpen, elektronische muziek,...). Hoe ontstonden deze disciplines en culturen, hoe ontwikkelden ze zich, hoe was het toen en hoe is het nu?

Een kleine groep jongeren vind ook de geschiedenis van een land of een volk erg interessant. Allichtomne jongeren benadrukken het belangrijk te vinden ook de geschiedenis en de cultuur van hun land van oorsprong te kennen.

¹ Meer achtergrond over fijne methodes om een verhaal te brengen, kan je vinden onder **BEZOEK EN PRESENTATIE**. Onder **COLLECTIE** kom je meer te weten over onderwerpen die zij boelend vinden.

² Bboying is de authentieke term die voor breakdancen wordt gebruikt in pseudoculturele scènes. Bboying gaat over meer dan alleen spectaculair kunnen breakdancen, maar is een hele levenswijze. (zie 6. COLLECTIE)

VROEGER EN GESCHIEDENIS

6

De bevraagde jongeren vinden geschiedenis en dingen van vroeger niet per definitie saai. Of ze iets saai vinden hangt eerder af van het specifieke onderwerp en de manier waarop het gebracht en aangekondigd wordt.

Ik vind geschiedenis echt cool, da was mijn favoriet vak op school vroeger. Ik vind dat gewoon interessant, ik wil weten waar ik vandaan kom en ik vind da ook gewoon... Vroeger was alles veel mooier en beter. In mijn ogen. Ik haat deze tijd.

7

Hoe mensen, en specifiek jongeren, vroeger leefden en wat hun culturele gewoontes waren, is iets wat veel jongeren fascineert. ‘Vroeger’ moet niet eens zo lang geleden zijn. Vergeet de recente geschiedenis dus zeker niet.

Ik ben over het algemeen heel wanordelijk maar mijn cd's en platen die staan echt allemaal perfect. Het probleem is wel dat ik bijna jaarlijks een nieuwe kast moet bijkopen.

Mijn vriend studeert lucht- en ruimtevaart en is echt gefascineerd door vliegtuigen. Als wij ooit gaan samenwonen, zitten we echt met een pro-bleem, dan hebben we een hele kelder nodig voor al zijn vliegtuigen.

Voor zover we weten zijn jongeren mensen die deel uitmaken van de gemeenschap en zijn ze dus in staat deel uit te maken van ‘het publiek’. De ‘materiële en immateriële getuigenissen van de mens en zijn omgeving’ zouden eigenlijk zowel verhalen over de Bokkenrijders, het fenomeen van OBEY stickers³, majorettekostuums, een studie over de collaboratie in Antwerpen, het werk van Erwin Olaf, als de geschiedenis van de mobylette zijn. Kortom, jongeren, hun leefwereld en hun omgeving worden op basis van deze definitie niet bij voorbaat uitgesloten. Het is ook vanuit dit open uitgangspunt dat wij het gesprek met jongeren aangingen.

Een ander voor ons belangrijk uitgangspunt is dat we jongeren niet als ‘jongere’ of als de ‘moeilijke doelgroep’ wenselijk te benaderen. Wel beschouwen we hen als interessante gesprekspartners en ervaringsdeskundigen die kunnen helpen bij het blootleggen van de relatie tussen jongeren en musea.

3 Posters en stickers met afbeeldingen van de worstelaar Obey Giant, gemaakt door de Amerikaanse kunstenaar Shepard Fairey. Lees meer op <http://obeygiant.com>

COLLECTIE EN DE LEEFWERELD VAN JONGEREN

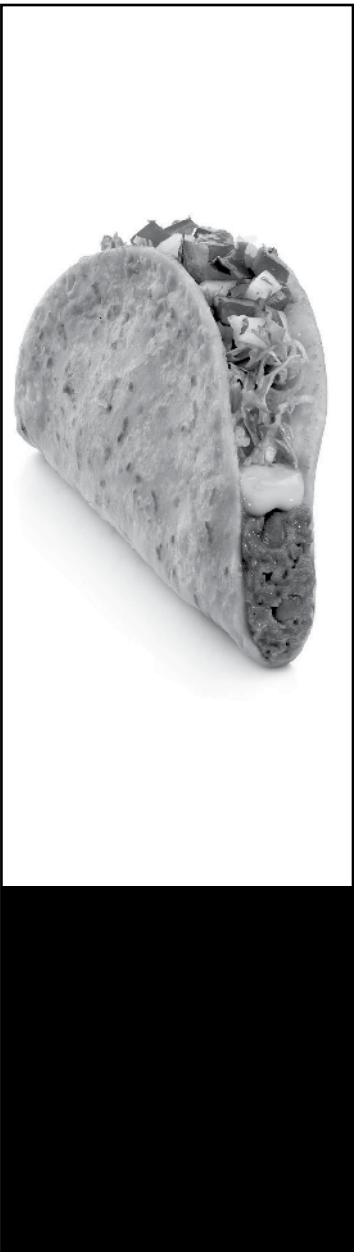
8

Datgene wat je toont (de collectie) én de invalshoek, zijn bovengeschild aan de wijze van presentatie en alle andere dingen die er rond gebeuren. Als er geen link is met hun leefwereld, is de kans klein dat jongeren zullen komen.

3. VERZAMELEN

Alhoewel niet alle bevrageden het waarom ervan helemaal begrijpen en verzamelen best wel een beetje absurd vinden, kennen ze bijna allemaal wel iemand die dingen verzamelt of verzamelen ze zelf iets. Onze respondenten vinden het enkel interessant om persoonlijke verzamelingen in een museum te tonen als ze iets bijbrengen of toevoegen aan het onderwerp van een bepaalde tentoonstelling. Zomaar persoonlijke verzamelingen tonen, lijkt hen niet echt zinvol. Ze geven aan dat het moeilijk is om de grens te trekken tussen wat interessant is

en wat niet. Voor de verzamelaar is zijn verzameling immers altijd waardevol en interessant. Persoonlijke verzamelingen zijn dus iets gevoelig en emotioneel en daar moet je als museum ook wel rekening mee houden.



MAS in Jonge Handen

Het MAS I Museum aan de Stroom dat in mei 2011 de deuren opent, heeft een uitgesproken keuze gemaakt: jongeren zijn een van de belangrijke doelgroepen voor het museum. Niet louter als een interessant publiek maar als partners die door hun kritische reflectie mee een vinger aan de pols houden in een snel veranderende maatschappij.

Met het traject MAS in Jonge Handen wil het museum tot een structurele jongerenwerking komen. In een eerste doelstelling worden de grenzen en knelpunten in de algemene werking en in het aanbod voor jongeren onderzocht. Bedoeling is om waar mogelijk deze grenzen te verleggen zodat jongeren zich welkom voelen en bovendien aansluiting vinden met hun leefwereld binnen de collectie. Een tweede doelstelling krijgt in een latere fase vorm. MAS in Jonge Handen wil vanaf 2012 uitzoeken of het mogelijk is om meer diversiteit te brengen in het jongerenpubliek op basis van jongeren-smaakpatronen.

KIES* & A la karte

Om jongeren structureel in het museum in te bedden gaat MAS in Jonge Handen op zoek naar participatiemethodieken. De basis hiervoor werd gelegd met een onderzoek waarin de sectoren onderwijs, jeugdwerk en cultuur werden bevroegd. Naast een netwerk, leverde dit het KIES*-rapport op met heel wat relevante informatie en bijna 150 aanbevelingen. Uiteraard wil MAS in Jonge Handen vooral ook in dialoog treden met de jongeren zelf. Daarom werd Ladda vzw aangezocht om Antwerpse jongeren te bevragen. Het resultaat van die bevraging leest je in het rapport 'A la karte'.

Hieronder benoemen we alvast enkele van de elementen waar we in het MAS willen proberen rekening mee te houden.

- De bevroegde jongeren geven aan dat ze meer dialoog en openheid willen.
- Als jongeren met school komen, luisteren ze het liefst naar een enthousiaste gids. Dat is iemand die boeiende verhalen kan vertellen én die daarmee ook aansluiting weet te vinden bij hun leefwereld.
- De respondenten willen niet dat het museum een pretpark wordt, voor hen staat het verhaal immers centraal. Interactieve toepassingen of hands-on zijn zeker nodig als middel om het verhaal beter te kunnen begrijpen.
- Sterke communicatie is cruciaal. De communicatie moet zowel inhoudelijk als in vormgeving sterk zijn. Je moet iets te vertellen hebben én dat ook in de vormgeving tonen. M.a.w.: het moet er uit springen, opvallen.
- Goede online aanwezigheid is onontbeerlijk én moet gecombineerd worden met offline communicatiemiddelen.
- Ze voelen zich niet op hun gemak in een museum. Een vriendelijk en enthousiast onthaal en meer inzicht in do's and don'ts zou daar al veel aan kunnen verhelpen.

Genoeg theorie...

Binnenkort lees je op onze MAS site wat we precies allemaal plannen in 2010 en 2011.

http://www.mas.be/mas_injongehanden.html