Pilotprosjekt for Akershus Fylkeskommune

Gjennomført med Henie Onstad Kunstsenter

12.10.17

Vikki Nathalie Walle-Hansen
Marianne Wille Syvertsen

Opinion:

Innsiktsmål

1

Få innsikt i de unges forhold til fotografiet som objekt, samt deres forhold til fotografiet i en utstilling

Hva er deres forhold til fotografi? Hvordan er deres opplevelse av å gå på fotoutstilling? Hva er drivere og barrierer?

2

Få innsikt i måten de bruker bildedelingstjenester på fotoutstilling – og til daglig

Hvordan opplever og dokumenterer de unge fotoutstillinger via sosiale medier? Innsikt i målgruppens bruk av foto som del av kommunikasjon i sosiale medier – hva skjer under og etter et besøk på fotoutstilling?

Om agentoppdraget

10 ungdommer fra Bærum i Akershus har besøkt Henie Onstad Kunstsenter i løpet av uke 39 og 40, og dokumentert opplevelsen skriftlig og med bilder. De dro sammen i par, der tre par besøkte fotoutstillingen av Kåre Kivijärvi, og to par besøkte utstillingen av Catherine Opie.

Alle agentene er interessert i foto, og bruker Instagram til å dele bilder selv minst ukentlig. De er positive og interesserte i å dra på fotoutstillinger eller steder der andres bilder er utstilt. De ble rekruttert inn til oppdraget via sosiale medier, både Henie Onstad Kunstsenter sin egen Facebook-side, og sponset annonsering i regi av Opinion.

På utstillingen fikk agentene i oppdrag å ta bilder som om de skulle delt opplevelsen på sosiale medier. Bildene ble rapportert inn, sammen med bildetekst, eventuelle emneknagger og en beskrivelse av hvordan, når og hvor de ville postet bildene.

Etter besøket på utstillingene, besvarte agentene skriftlig også et sett med tilsendte spørsmål.

VETLE
19 år

THOMAS
19 år

ROLF K.
17 år

SUNNIVA
17 år

EMMA
15 år

THOMAS
15 år

MARLENE
19 år

CAROLINE
19 år

JAVERIAH
16 år

MANOOR
17 år

”Tusen takk for at vi fikk være med på dette! Det var kjempegøy!”

(Manoor, 17)

Oppsummering og konklusjoner

- **En fotoutstilling inspirerer målgruppen til å ta bilder selv**
  - Agentene er svært fotointeresserte, og viser en nysgjerrighet og en lyst til å lære nye ting og teknikker innen fotofeltet
  - En fotoutstilling inspirerer målgruppen til å ta (flere) bilder selv. Kanskje lærer de noe nytt; nye fototeknikker, vinkler og komposisjon.
- **På utstilling er det detaljer i bilder og historiefortelling som trigger nysgjerrigheten**
  - Det uventede, som skiller seg utfra det monotone i bilde og ramme, fenger mest
  - Historiefortelling og informasjon underveis hjelper de unge å holde oppmerksomhet, tolke og føle mestring. De er nysgjerrige på hva som ligger bak hvert bilde, hva fotografen har tenkt og hvor bildene er tatt.
- **Når de unge ser på bilder i sosiale medier er konteksten i mediet viktigst**
  - Bildene blir både delt og sett for å holde seg oppdatert – bildene spiller en helt annen rolle, der bildeteksten eller hva/hvem som er avbildet ofte er mer viktig enn hvor ”profesjonelt” eller bra selve bildet er
  - De vier kortere tid til hvert bilde, sammenliknet med tiden de bruker på hvert enkelt bilde på en utstilling.

Oppsummering og konklusjoner fortsetter

- **Målgruppen trenger en god sosial kontekst når de skal på fotoutstilling, og de trenger mer stimuli**
  - De er i liten grad selv initiativtagere til å dra på fotoutstilling, og uttrykker et behov for at andre skal ta dem med
  - De unge opplever at miljøet på utstillingen er annerledes fra andre miljøer de vanligvis ferdes. På utstillingen er det stille og få andre stimuli enn bildene i seg selv. De kan føle ”et press” om å ta det alvorlig, noe som de opplever begrenser dem.
  - Mange opplever at bildene er utstilt for monotont, og mye er stilt opp likt. Det er lite kontraster og lite andre sanseinntrykk - og det er kontrastene og sanselige opplevelser som fanger deres interesse på fotoutstilling
- **Det er flere av agentene som gjerne deler bilder i sosiale medier fra utstillingen, men bildene må gjøres om til noe eget**
  - Mange er opptatte av at det ikke skal være plagiat – de opplever det ikke som greit å ta bilde av et fotografi fra utstillingen, og deretter legge det ut uten å gjøre bildet til sitt eget, ved å endre snitt, vinkel, eller legge på filter/redigere
  - Målgruppen er i tillegg svært opptatte av at bildene skal passe inn i ”feeden” eller profilen sin. De velger stort sett Instagram som et godt medie for å poste bilder fra fotoutstillingen – men kan vente både timer og dager med å poste etter de faktisk har vært der.

Ungdom som målgruppe

Hva er viktig for dagens ungdom?

PRESTERE

SANSELIGE

P E S D

VÆRE EKTE

DELING

Kildehenvisning: UNG2017-rapporten fra Opinion

Hva er viktig for dagens ungdom?

PRESTERE

- Behov for å prestere og ha kontroll
- Mer valg, informasjon og kunnskap: Frykter å velge feil
- Høye forventninger til seg selv og til andre
- Behov for å redigere, perfeksjonere og legge filter på sin ”digitale personlighet”

VÆRE EKTE

- Mer moral og etikk samt seriøsitet og alvorlighet
- Forventer transparent ærlighet
- Søker etter personlige temaer som er ektefølte og bevisste. De vil føle at de kjenner seg igjen i innholdet
- Ønsker å føle at man tar del, enten det er på personlig eller samfunnsmessig plan

SANSELIGE

- Fysiske, taktile og estetisk bevisste
- Bilder og design blir stadig viktigere for å kapre oppmerksomhet i en verden fylt av enorme mengder informasjon
- I en verden full av inntrykk, må de ha både mer og riktig stimuli for å gidde å bli engasjert.

DELING

- Dele alt - raskt, sømløst og gøy
- Flyktig oppmerksomhet
- Forventning om at ”alt” spiller sammen, og er koblet på det digitale universet
- Likes-kulturen på sosiale medier gjør at de unge ønsker konstant bekreftelse, raske svar og emosjonell feedback.

Kildehenvisning: UNG2017-rapporten fra Opinion

Ungdommen i agentoppdraget er svært fotointeresserte

- **Fotointeresserte unge, som er opptatt av estetikk og kuraterer sine Instagram-profiler nøysomt. De er lystne på å lære, og viser en stor interesse for bildeteknikk og detaljer, fremfor bildet og tematikk i seg selv.**
  - En ”kjedelig utstilling” trenger ikke føles bortkastet for de fotointeresserte. De opplever at de sitter igjen med inspirasjon til å ta bilder selv. En fotoutstilling inspirerer målgruppen til å ta (flere) bilder selv. Kanskje lærer de noe nytt; nye fototeknikker, vinkler og komposisjon.
  - Samtidig sier de unge at en fotoutstilling må engasjere tematisk og være mer interaktiv for å favne ungdommen bredt.
- **Allikevel, er det ingen av disse som ser for seg at de ville dratt på utstillingen alene – de må bli tatt med av noen.**
  - Vurderer å dra på fotoutstilling om det er et ”kjent” navn, men det blir ofte med tanken.
  - Opplever Opie-utstillingen som mer moderne, og treffende på deres tematiske interesser enn Kåre K. Opie treffer nok ungdommen bedre med mer farger og et opplevd moderne uttrykk.

Hvordan er de unges oppfattelse av fotografi i forskjellig kontekst?

Skillelinjer mellom å observere foto på utstilling og ”scrolling” på sosiale medier

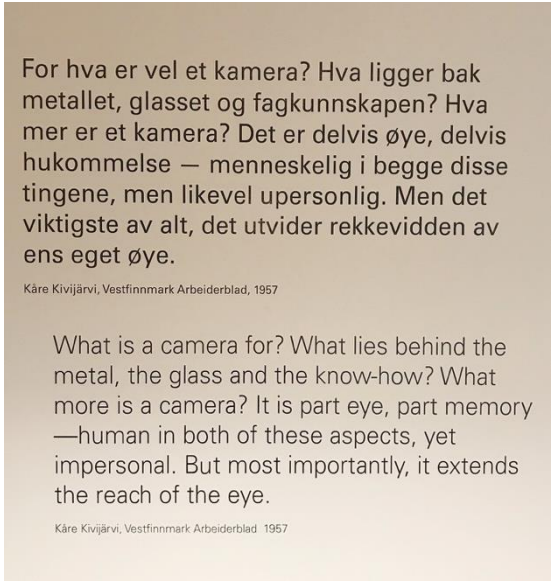
På utstilling er det detaljer i bilder som trigger nysgjerrigheten

- Hvert bilde blir sett på og studert først som et enkeltstående element. De ser på detaljene og fototeknikken. De studerer bildene nøye for å få med seg alle detaljer.
- Det er ofte det unormale i bildene eller det unormale bildet i fotoutstillingen som fanger interessen og trigger nysgjerrigheten. Det kan være en detalj som er blåst opp, et fargebilde blant alle svart-hvit-bildene, eller et motiv som skiller seg ut fra de andre motivene.
- Bildene blir kommentert og ”likt”, akkurat som i sosiale medier, men her gjør de det muntlig til hverandre, og gjerne diskret.

#kårekirijärvi

: Thomas

Historiefortelling og informasjon underveis hjelper de unge å tolke og føle mestring



Ingen bildetekst

: Rolf K

De er nysgjerrig på fotografen og historien bak hvert bilde. De tiltrekkes av det ukjente, og søker svar. Hvor er bildet tatt? Hvorfor har fotografen tatt dette bildet? Hvorfor har fotografen brukt akkurat det utsnittet? Denne informasjonen vil de lese ved siden av bildene.

Etter hvert som de reiser videre gjennom utstillingen, ser de bildene i sammenheng og som en helhetlig historie. De spesielt fotointeresserte agentene kunne tenke seg å gå tilbake for å se tidligere bilder på nytt, og på den måten få en bedre forståelse av alle bildene.

De ser på hele utstillingen som en historie, og forventer en rød tråd. Det er vel så interessant å se alle bildene som en helhet enn som enkeltstående elementer.

I sosiale medier er den implisitte konteksten viktigst

- Sosiale medier som betegnes som “bildedelingstjenester” dreier seg i praksis om mer enn bildene i seg selv. Målgruppen bruker bildedelingstjenester like mye for å holde kontakt/kommunisere med andre. Bildene som deles er ikke kun vakre fotografier som noen har brukt mye tid og krefter på å ta og redigere.
- Bildene blir både delt og sett for å holde seg **oppdatert** – bildene spiller en helt annen rolle, der bildeteksten eller hva/hvem som er avbildet ofte er mer viktig enn hvor ”profesjonelt” eller vakkert selve bildet er.
- I sosiale medier ser målgruppen på bildene i sammenheng med konteksten. De tolker bildet sammen med hvem som har postet det og hva slags type profil vedkommende har på sin profil.
- De bruker kort tid per bilde i sosiale medier, og er ikke særlig opptatt av detaljer. De klikker ”like” og scroller videre – eller bare scroller videre
  - Unntak: For spesielle interesser eller bilder som vekker nysgjerrighet graver man seg inn i bildestrømmer dypt inne i sosiale medier for å oppdage mer av tematikken.
- I sosiale medier tiltrekkes de av bilder de kjenner enten ved sted, person eller interesser. De har selv valgt avsenderne av bildene inn i sin egen sfære, noe som gjør at de har et annet forhold til bildene i sosiale medier. Målgruppen er ikke ute etter å bli overrasket , utfordret eller ”lære” på samme måte som på en utstilling.

Agentenes opplevelse av utstillingene

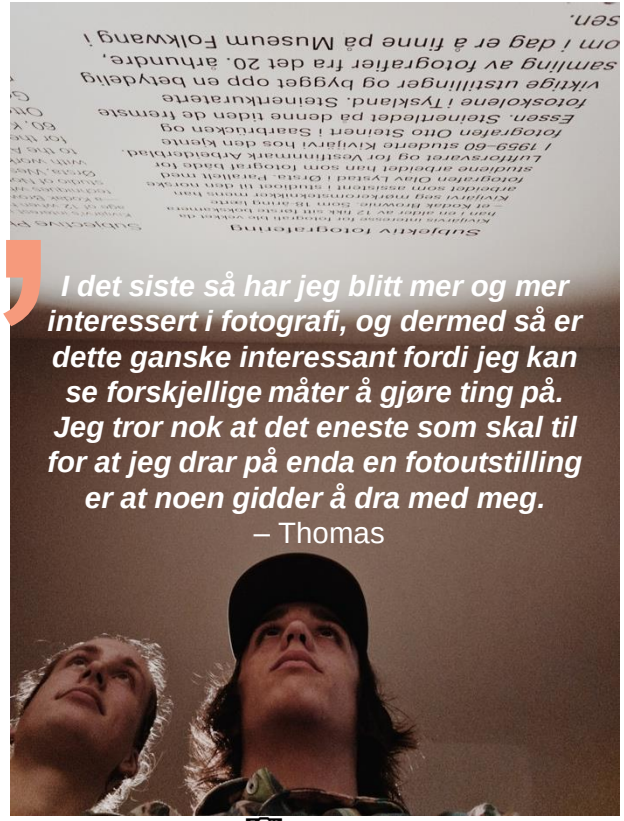
De unge trenger mer stimuli

- Mange opplever at bildene er utstilt for monotont, alt er for likt. Det er lite kontraster og lite andre sanseinntrykk - og det er kontrastene og sanselige opplevelser som fanger deres interesse
- De ønsker at utstillingen skal ha en oppbygning igjennom tematikk eller historie, for å lettere la de tolke den.
- Ønsker å forstå historien til fotografen, og settingen til bildene. Hjelpetekster, videoklipp eller lyd underveis i utstillingen er varmt velkomment – de ønsker mer stimuli for å ta til seg informasjon, men også å interagere med.
- De ser for seg at det hadde vært fint med mer sosiale eller interaktive installasjoner i utstillingen som knytter det hele sammen til en totalopplevelse
- Luft mellom hvert bilde, som gjør det enkelt å se og få med seg hvert enkelt, men også gjør at man ”automatisk” bruker litt mer tid på utstillingen

Oppdaterer oss på fotohistorie : Vetle

Vi må gi de en god sosial kontekst

- De opplever det som en forventning på museum å vise alvor og respekt ved å vie tid til bildene.
- Dette fører til at de føler på et ”sosialt press” og forventning til å se på bildene lenger enn de selv føler er naturlig.
- De unge opplever det som vanskelig at det er så stille på utstillingen, kan føles unaturlig og kleint i forhold til andre miljøer de er vant til, som flommer over av stimuli
- Dette gjør det også vanskelig for dem å dra på utstilling alene, både fordi det ikke oppleves som en komfortabel sosial kontekst, og fordi de ikke opplever at det i dag ”passer” til deres former for sosialisering.
- De unge ønsker ikke selv å være initiativtager til å gå på utstilling, de vil at ”andre” skal spørre dem. Hvordan kan vi ”invitere” inn i sosiale settinger som treffer deres arenaer og krets?



Konsentrert lesing : Vetle

Deling av bilder fra utstillingen i sosiale medier

Ingen bildetekst : Emma

- **Gjøre bildene til sine egne**
  - Flere er opptatte av at det ikke skal være plagiat – opplever det ikke som greit å ta bilde av et fotografi fra utstillingen, og legge det ut uten å gjøre bildet som en del av sitt eget bilde (snitt, vinkel, redigering)
  - Krediterer lite Henie Onstad og kunstneren, de gjør det til sitt eget med egne kommentarer og hashtags
- **Må passe inn i sin egen feed**
  - Opptatte av at det skal passe inn i feeden sin. Gjerne redigert for å sette et eget preg som passer inn i deres ”profil”
  - Porsjonerer ut bildene, alt kan ikke legges ut samme dag. Poster det når de kommer hjem, når de har fått tid til å gå igjennom og redigere de. På Instagram må ikke bildene postes der og da.
  - De bruker tid på å finne nye vinkler og overraskende måter å presentere et tema/objekt på.
- **Sosiale medier har forskjellige brukssituasjoner**
  - Instagram er mer formelt (bldene blir liggende), og bilder fra fotoutstilling oppleves å egne seg best til Instagram.
  - Snapchat er uformelt og mer basert på humor og dagligdagse ting, kunstutstilling kan føles for formelt å dele på Snapchat, samtidig som de ikke opplever at det er helt ”lov” å lage humor eller å oppføre seg hverdagslig på utstilling.

Ulike elementer ble trukket frem i opplevelsen av de to utstillingene, de oppleves forskjellig

Kåre Kivijärvi

- De liker lydopptak og filmer som stimulerte flere sanser, ikke bare det visuelle
- Bildene passet sammen, var del av en historie og hadde en rød tråd.
- Ble nysgjerrige på kulturen og hvordan livet var der fotografen bodde
- Likte de ærlige, gjennomførte og røffe bildene fra gamledager.
- Lite variasjon – mye svart-hvitt; fint men etter hvert litt for ensformig. Også samme størrelse på alle bildene, samme bakgrunn
- Få bilder, opplevede at det tok litt for kort tid å gå gjennom hele utstillingen – ikke en helt fullverdig opplevelse

Cathrine Opie

- Likte å kunne bli kjent med kunstneren via en bok om henne på vei inn. De opplever at dette var en god veivisning inn i utstillingen
- Dette gjorde at de forstod konteksten bedre og derfor fikk mer ut av utstillingen
- Fargene og måten bildene var tatt ”passet” inn i de unges estetikk - en fargerik, moderne kontekst
- De opplevde et stort spenn i menneskelig tematikk, som fenget.
- Variasjonen i bildene inspirerte, gav innblikk i flere tema, farger, kontraster, linjer og former

Eventuelle ideer

Hva kan vi bruke som inspirasjon for utvikling av ungdoms-rettede aktiviteter?

- **Få av de unge er initiativtakere til besøk på fotoutstillinger: Alle kan tenke seg å bli med på en, men ingen vil spørre.**
  - Kan vi lage Henie Onstad Kunstsenter-ambassadører ut av fotointeressert ungdom, hvor vi lærer dem om foto, og de i gjengjeld sprer Henie Onstad Kunstsenters innhold (frivillig på nett)?
  - Hvordan kan vi bruke influencers, folk som er nærmere ungdommen til å invitere eller inspirere til besøk?

- **Kan vi bruke de unges forhold til sosiale medier som en inngang til deres oppmerksomhet og interesse?**
  - Kan vi lage en ”Instagram-utstilling”, der unge insta-fotografer kan bli profilert med deres bilder tatt på Henie Onstad Kunstsenter? Kan vi ha digitale skjermer der en kuratert feed av de beste bildene tatt hos Henie Onstad Kunstsenter dukker opp?
  - Kan vi la det gå sport i å bli ”reposted” og vist frem av Henie Onstad Kunstsenter?
  - Hvordan skal vi aktivt bruke hashtags for å fremme deling, slik at vi kan nå ut til de unge i deres digitale verden?

Sitater

Dette likte de unge med å gå på fotoutstilling

”En fotoutstilling er gjerne et sted hvor man får mye visuelle inntrykk, og det var en fin forandring fra tradisjonelle utstillinger at man hadde lydopptak og filmer som var stimulerende på andre måter og lagde et litt helhetlig totalinntrykk.”

– Emma

”Jeg hadde aldri hørt om ham før, og informasjonen som ble gitt om ham i de forskjellige avsnittene på veggene og filmen/lyden var passende og hjalp med å sette riktig stemning for bildene.”

-Emma

”Mens jeg så på bildene fikk jeg også lyst til å gå tilbake og se på andre bilder igjen, for å se om det var litt av en rød tråd gjennom bildene, for å sjekke om det var noe som kom om og om og om igjen, og det var det ofte.”

- Thomas

”Synes det var veldig interessant å se andre type bilder enn de jeg pleier å ta selv eller ser selv. En ting jeg synes var nytt var at i den utstillingen hadde fotografen lagt til lange beskrivelser til bildene som han hadde tatt, det synes jeg var kult, og likte det. Man fikk på en måte innsikt i hva bildet tar for seg eller hvem person/-ene i bildene er.”

- Manoor

”Jeg likte det at mange av bildene minnet meg litt om hverandre. De gruppene som de var satt opp i var nesten en liten historie, de viste hva som skjedde og hvordan fotostilen hans utviklet seg og på noen måter forbedret seg. Jeg likte også at det var noen bilder som jeg kunne gjenkjenne fra andre steder, eller at jeg fikk lyst til gjenskape mange av bildene som jeg så. ”

- Thomas E

Dette syntes de unge ikke fungerte så godt på fotoutstilling

” Problemet med fotoutstillinger generelt er at fordi det gjerne er en sammenhengende utstilling ……kan det fort bli mye av det samme. I dette tilfellet merket vi for eksempel at det var lite variasjon i farger (fordi Kåre hadde nesten kun mulighet til å ta svart-hvitt bilder) og selv om det på en måte var veldig fint, var det også litt ensformig..”

– Emma

” Jeg tenker at hvis de skal klare å få folk til å bli virkelig interessert så må de ha ganske mange flere bilder. Jeg følte at akkurat når jeg ble veldig fascinert av hvor nydelige noen av bildene faktisk var, så var hele utstillingen ferdig, da var det ikke noe mer å se.”

- Thomas

” Alt skjer i en litt for stille setting. Det er vanskelig å gjøre noe med dette siden det er en fotoutstilling, men det er lite humor og spenning, noe som vi kan reagere på. ”

-Vetle

” Jeg vet ikke, som sagt er jeg ikke så glad i å se på kunst og museum.”

–Sunniva

”Jeg synes at hvis de skulle forbedret en ting så burde de ha litt flere bilder, eller i hvert fall spre dem ut mer, sånn at man blir tvunget til å se mer på bildene og man har mer tid til å ta inn bildene. ”

– Thomas E

”Den store variasjonen på bildene var på både godt og vondt. Det gjør det veldig spennende da det er mye nytt, men jeg slet til tider med å se den røde tråden”

- Marlene

Agentenes bildedokumentasjon fra utstillingene

“mood”

: Emma

Ingen bildetekst

: Emma

Ingen bildetekst

: Emma

”Mirrored?”

: Thomas

” HERES TWO OF YOU”

: Thomas

”V V RED”

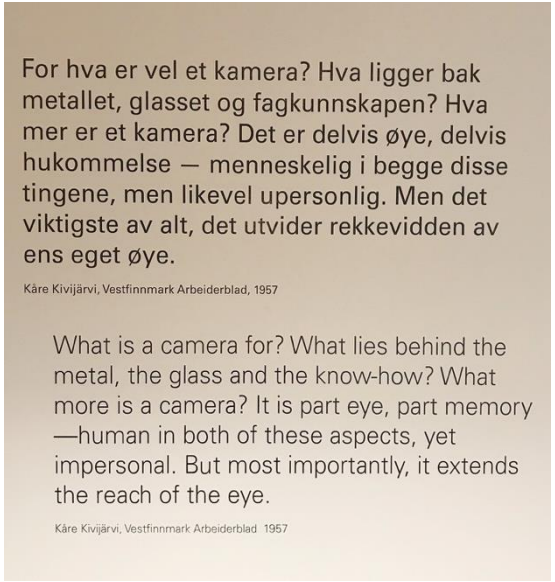
: Thomas

Ingen bildetekst

: Rolf K

Ingen bildetekst

: Rolf K

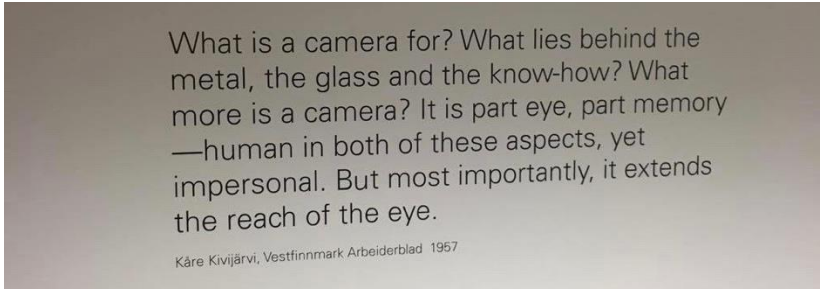


Ingen bildetekst

: Rolf K

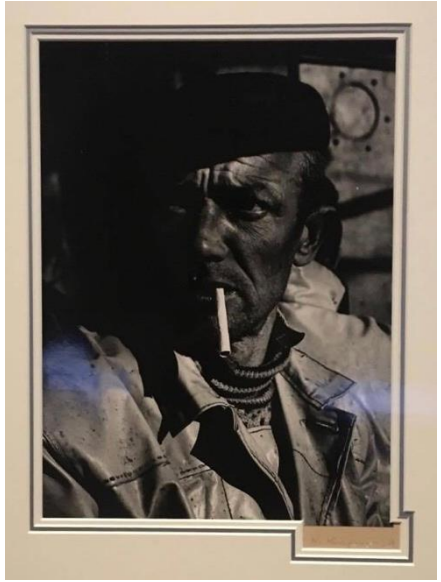
Ingen bildetekst

: Rolf K



”Love the sentence do you?”

: Sunniva



”Smoke everyday at work”

: Sunniva

”The fog in the alley”

: Sunniva

”Upcoming diva on her way”

: Sunniva

Den ekte kamerakunstneren @vetlewiencke

: Thomas

#kårekirijärvi

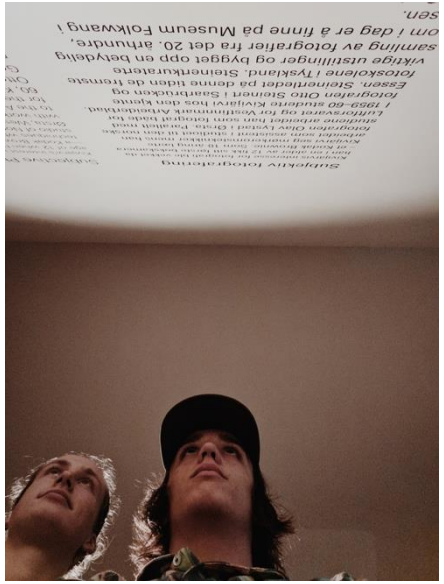
: Thomas

Inspokurs i regi av mk elev @vetlewiencke

: Thomas

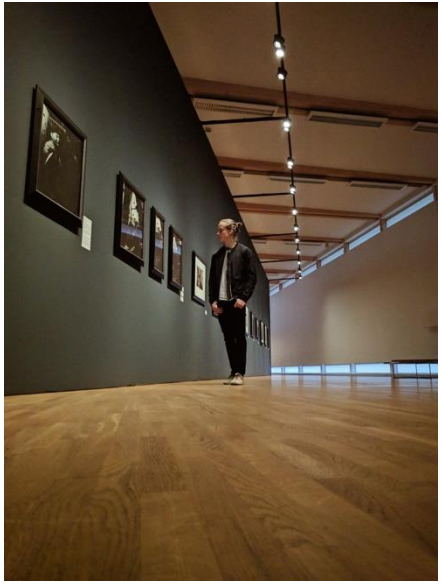
Sjekker ut nytt skur

: Vetle



Konsentrert lesing

: Vetle



Oppdaterer oss på fotohistorie

: Vetle

Ren Fasade

: Caroline

Kulturell søndag

: Caroline

Menn med bart ;)

: Caroline

Et øye med verden

: Marlene

Søndagstur til Henie Onstad

: Marlene

Et øye med verden på Henie Onstad

: Marlene

Kurt Schwitters’ art&photo exhibition at Henie Onstad Art Center 🎖

#artexhibition #kurtschwitters #fallbreak

📷 : Manoor

Kåre Kivijärvis’ art&photo exhibition at Henie Onstad Art Center ♣

#black&white #photography #art

📷 : Manoor

Catherine Opie’s photo exhibition at Henie Onstad Art Center 👏🔥👌

#catherineopie #photoexhibition #art #photgraphy

📷 : Manoor

Opinion:

INNSIKT SOM BRINGER DEG VIDERE

Opinion AS
Vulkan 16
0178 OSLO
T: 21 300 400
E: post@opinion.no
www.opinion.no