

yoice

Konsepttest og
tilbakemeldinger fra
unge i Akershus på
fotoarrangement

UNG I SMIA

JUNI 2019
FROGN

BAKGRUNN

Smia skal arrangere tre ungdomshelger i 2019. Dette er et samarbeidsprosjekt på tvers av enhet for kultur og frivillighet.

Siste helgen har fotografi i fokus, og skal være en utstilling der bilder unge selv har tatt vises frem.

Dagen for dette er 23. november. I den forbindelse ønsket Smia v/ Elisabeth Seljevold Fladmoe innspill fra Yoice på hvordan utstillingen best arrangeres for å involvere så mange som mulig fra målgruppen.

Skal det være noe bestemt tema bildene skal handle om? Hvordan skal bildene deles med Smia? Hva skal til for at de deltar, både i bildedelingen og på utstillingen? Hvordan ser de for seg at bildene skal vises frem? etc.



MÅLGRUPPE OG METODE

Målgruppe

Arrangementet har som mål å nå bredt ut og engasjere unge i mange aldre, med en målgruppe på 13-24 år, der hovedmålgruppen er 16 år. I dette innsiktsprosjektet har vi spisset målgruppen til 16-22 år slik at målgruppen ikke blir for bred.

Alle liker å ta bilder med mobiltelefonen og minst halvparten deler bilder på Instagram månedlig eller oftere. Alle bor i Akershus og er ikke negative til å reise til arrangementer i Drøbak. Deltakere fra Frogn var representert i gruppene. Kjønn er 50/50.

Antall: 18 unge fordelt på to onlinegrupper
Dato: 28. mai

Metode 1: Chats

I onlinegrupper samles et utvalg på 6-8 personer i et digitalt «chatterom». En moderator fra Opinion «chatter» med personene i 75 minutter om et bestemt tema. En samtaleguide er laget på forhånd. Det er vanlig å gjennomføre to grupper på samme tema/guide, blant annet for å få nok deltakere i tale.

Metoden er svært godt egnet til unge da det ikke krever fysisk oppmøte og de kan delta via mobiltelefonen. Onlinegrupper får gode tilbakemeldinger fra brukerne – de opplever det gøy og interessant å lese hva andre mener.

Metode 2: Hjemmeoppgave

Etter gruppene fikk deltakerne en oppgave de skulle fullføre på egenhånd. En hjemmeoppgave der de skulle beskrive med egne ord hvordan de så for seg utstillingen ved hjelp av spørsmålene under.

Hvordan er bildene stilt ut? Hva slags musikk spilles? Er det live-musikk eller bare over høyttalere? Er det annen underholdning der? Er det mat eller snacks der? Hva slags? Er det noe muligheter for å kommentere bildene? Er det noe annet som skjer på utstillingen som gjør at dere og vennene deres vil komme? Er det gratis å komme inn? Eller betaler man noe? Hvor lenge varer det? Om det skal være noen kåring eller konkurranse, når og hvordan skjer det på utstillingen?

3 viktigste *innsikter og funn*

1

Målgruppen er opptatte av å ha kontroll på hvem som ser egne bilder og hvordan de selv fremstår gjennom bildene. Til tross for at de deler mye bilder gjennom sosiale medier, opplever de å ha kontroll på hvem de deler med, og hvordan de selv fremstår.

Det virker derfor mer skummelt å vise frem bilder fysisk enn på en utstilling – der mister de mye av kontrollen. De kan verken fjerne bildet eller gjemme det blant de tusenvis av bildene som allerede finnes på Internett/Instagram.

Mulighet for å være anonym i en utstillingssituasjon vil derfor være avgjørende for denne målgruppen.

2

Konseptet om en utstillingshelg basert på mobilbilder unge selv har tatt, får positive tilbakemeldinger. Spesielt er det bra at bildene skal tas med mobilkamera. Dette sier noe om forventning til innhold fremfor kvalitet/bildeteknisk kompetanse. Det senker eventuelle barrierer mot å delta i slike konkurranser.

Det bør helt klart være lagt opp som en konkurranse med premier til de beste. Når det er en konkurranse bør det også tas høyde for ulike nivåforskjeller.

Mulighet for to «klasser» å konkurrere i, er derfor en mulig løsning for dette, der det er en klasse for bilder med mobiltelefonen, og en klasse for bilder tatt med mer profesjonelt utstyr/av «hobbyfotografer».

3

Utstillingen har potensiale til å bli både kul, unik og Instagram-vennlig ved å skape et annerledes arrangement rettet mot unge og samtidig utfordre formatet fra tradisjonelle kunstutstillinger.

Det er en interesse for både konkurransen og utstillingen utover Frogn sine grenser – på et konseptuelt plan. Nøkkelen ligger i å engasjere målgruppen i første omgang digitalt.

Bred markedsføring av både konkurransen og utstillingen vil være viktig for at målgruppen får dette med seg. Jo flere som deltar i fotokonkurransen, jo større er sannsynligheten for at flere dukker opp på utstillingen.

**Jeg tror alle kan ta gode
bilder, det handler om å være
kreativ og ha en kul tanke bak**

(Ida, 17, Ullensaker)

MÅLGRUPPEN TAR «HELE TIDEN» BILDER MED MOBILTELEFONEN

Mobiltelefonen er alltid med. Det gjør det mulig å ta bilder i det aller fleste situasjoner, og målgruppen tar mange bilder. De tar bilder av ting de opplever, ting som er morsomt, av venner, når de er på ferie, katter og hunder, ting de legger merke til som er fint, eller bare en enkel oppdatering på hva de driver med akkurat nå. De fleste av bildene som tas er uhøytidelige og små øyeblikk fra hverdagen som de deler med hverandre gjennom Snapchat.

Snapchat er den tjenesten de bruker mest og oftest hva gjelder bilder, men der har de til gjengjeld lave krav til kvalitet og innhold. Dette er for nære venner og ment som humor og oppdateringer – en måte å kommunisere på. Noen snaps lagres på mobiltelefonen for å kunne se tilbake på selv.

Bildene de tar for å dele på Instagram er mer gjennomtenkte og bilder de er spesielt fornøyde med. Disse bildene er i mange tilfeller også redigert: De endrer utsnitt, får frem farger og/eller legger på filter. De bruker egne apper som vsco, picsart og Lightroom-appen, filter på Instagram eller mobiltelefonens egne funksjoner. Noen er mer interessert i fotografering og bilder, og legger bildene over på PC/Mac for å redigerer i Photoshop.

De er opptatte av hvordan de fremstår på Instagram og at bildene de legger ut der reflekterer dem selv, forteller en historie eller passer inn i deres egen feed.

Målgruppen beskriver en ganske privat «bildesfære». Selv om de deler og legger ut bilder på Instagram, og noen tilfeller Facebook, er de opptatte av hvordan det fremstår og hvem som ser bildene. De beskriver bildedelingen, både gjennom Snapchat, på Instagram og Facebook, som kontrollert – de har selv kontroll på hvem som ser bildene de sender og deler.



Gjennom prosjektet «Agentoppdrag på Henie Onstad Kunstsenter» høsten 2017, lærte vi at det var viktig at bildene som legges ut på Instagram «matcher». De skal ha samme stil – de er selv en slags merkevare som må vedlikeholdes. «Passer dette bildet inn på min feed?» Å legge på filtre eller redigere bildene er en måte å skape en mer helhetlig Instagram-profil.

INTERESSEN FOR FOTO BEGRENSER SEG TIL EGET BRUK

Tenker ikke på å dra på fotoutstilling

Målgruppen drar i liten grad på fysiske fotoutstillinger. De tenker ikke på det, hører ikke om det, eller opplever at det er for dem.

De stiller seg dog positive til å prøve, gitt at det var av et tema eller innhold som interesserte dem.

Å se på bilder andre har tatt, er slettes ikke fremmed – men de gjør det digitalt i samme medier der de selv deler sine bilder. De følger mange på Instagram, gjerne både av nysgjerrighet for innhold, men også for å se fine bilder.

Det er gøy å se hva andre driver med, både venner og kjendiser

Ser andres bilder på vsco, Image Shack, Instagram, Snapchat, Facebook.

*«Det er litt mer stress enn å bare åpne mobilen og scrolle gjennom instagram»
(Simen, 17, Frogn om å dra på fotoutstilling)*

Deltatt lite i fotokonkurranser

Det er få som tidligere har deltatt i noen fotokonkurranse. Det er tre årsaker som forklarer både målgruppens lave deltakelse (og interesse) for slike konkurranser, og som er viktige å være klar over for Smia:

- **Er ikke i bevisstheten:** Er ikke klar over fotokonkurransene. De dukker ikke opp i deres feed, eller at de ikke legger merke til dem.
- **Tør ikke delta/dårlig selvtillit:** Har en oppfattelse av at fotokonkurranser er for de som er gode med foto og at det forventes et visst nivå. De opplever ikke selv å være gode nok til å delta.
- **Det er kleint:** Konkurranser som krever deltakelse ved emneknagg på Instagram, gjør at du må vise alle at du deltar ved å legge bildet du deltar med på egen feed så alle, ikke bare de som deltar i konkurransen, ser at du er med. Kleint i seg selv, og spesielt om man ikke vinner.



Liker å følge folk som gir meg inspirasjon til å ta bilder selv (...) hvis fotoutstillingen hadde vært rettet mot min målgruppe er det noe jeg kunne vurdert

Caroline (17, Nesodden)

Jeg vurderte å være med i #ungilorenskog men jeg turte ikke (...) Fordi det er en i klassen min som er kjent for å være god og at jeg ikke ville blitt sett

Mia (16, Lørenskog)

Målgruppens forhold til det fysiske bildet, er lite tilstedeværende. Få vi har snakket med har besøkt fotoutstillinger eller fremkalt bilder før. Bildene holder seg stort sett på mobiltelefonen, som minner og for å dele med venner og omverden digitalt.

Det er dog noen som har fotokamera i tillegg. De har en større interesse for foto, og tar bilder som en hobby. Bildene som blir tatt med kamera er mer planlagte og tekniske . De bruker mer tid på etterbehandling. Flere av disse bildene finner veien ut på Instagram til slutt.

Jeg tar også med kamera, men det er mest hjemme og kanskje på ferie. Er jo ikke like tilgjengelig ettersom det er stort og sånn

Kristina (18, Sørumsund)

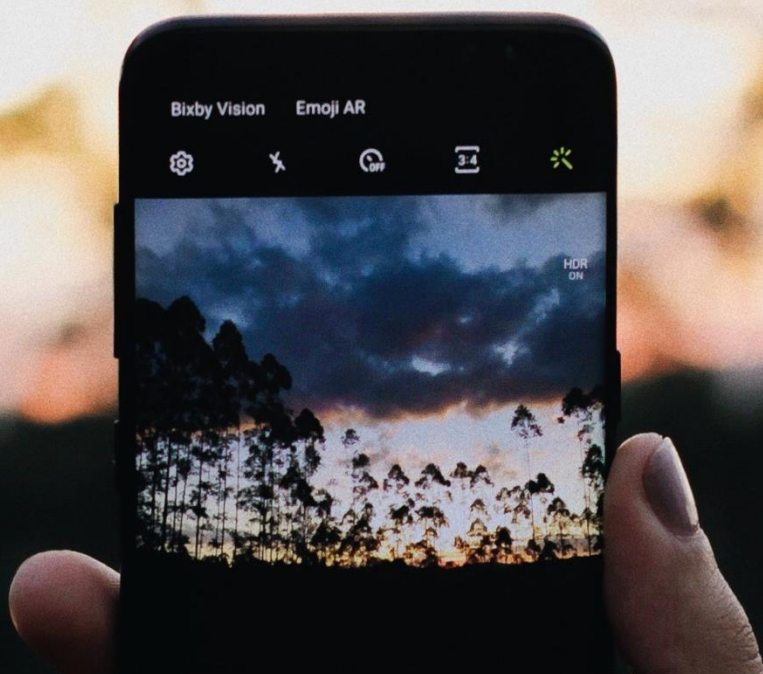
Har aldri prøvd fremkalling, men har veldig lyst til det

Stephanie (17, Lillestrøm)



KONSEPTET:

Slik det først ble presentert i onlinegruppene



Det skal være en utstilling av bilder en lørdag til høsten. Utstillingen varer en dag. Bildene som vises frem er bilder som er sendt inn og tatt av unge som dere. Hvem som helst kan delta og sende inn sine bilder. Noen bilder vil bli trykket opp og vist frem i stort format, andre vil vises frem på storskjerm digitalt. Det er tenkt at bildene skal tas med mobiltelefonen.

UMIDDELBARE TILBAKEMELDINGER PÅ FOTOHELGEN

Det er jo veldig prestisje dersom man får mulighet til å vise frem bildet på et slikt opplegg. Spesielt for folk med et talent innen foto som kan benytte denne muligheten til å vise at bra kamera ikke nødvendigvis er hva som skal til for å ta bra bilder

Kristian (20, Asker)

Hvis det ikke hadde vært så stort press til kvalitet, som det ikke er når det er tenkt at man skal ta det med mobil, hadde det vært kult å ha fokus på motivene. Da tror jeg ikke det hadde vært like skummelt å delta

Mathilde (20, Bærum)



I gruppene ble deltakerne først presentert for fotohelgen på Smia på et overordnet og konseptuelt nivå for å få umiddelbare tilbakemeldinger uavhengig av lokasjon og spesifikke detaljer.

- **Begge gruppene responderer umiddelbart svært positivt på ideen**
 - Spesielt liker de godt at bildene kan/skal tas med mobilen. Det gjør «konkurransen» for alle, også de som ikke er hobbyfotografer. Dermed senkes barrieren for å delta. Mobiltelefonen er alltid med, og de aller fleste har noen blinksudd – dette er for alle.
 - Heder og ære ved å få bildet trykket opp. Spesielt de som er mer opptatte av fotografi ser dette som en spennende mulighet.
- **Det dukker også opp spørsmål om detaljer som vil være viktig at er på plass**
 - Er det premie, i så fall hva og hvordan vinner man?
 - Er det anonymt? Noen opplever ikke å være gode nok til å delta i fotokonkurranser, og har ikke nok selvtillit til å vise frem et bilde med fullt navn på en fysisk utstilling.
 - Hvem er «hvem som helst»? Er det aldersgrense? Må tydeliggjøres hvem det er for (alder, alle uansett om du er god til å ta bilder eller ikke)
 - Er det noe tema? Et tydelig tema vil gjøre det enda lettere å delta, da handler det om noe annet enn seg selv.
 - Hvordan sender man inn bildet? Det må være enkelt, mulighet for å gjøres anonymt, og helst ikke via en emneknagg på Instagram

KONKURRANSEELEMENTET: PREMIE OG KÅRING

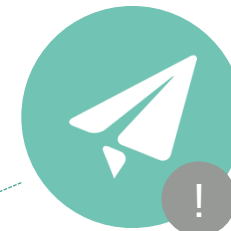
- Det er helt tydelig at målgruppen trigges av et konkurranseelement, og at dette vil være viktig for å få så mange som mulig til å delta ved å sende inn bilder. De ser for seg en eller flere premier og en kåring på selve utstillingsdagen
 - Det er ikke et stort nok incentiv å få bildet trykket opp eller vist frem på en utstilling. Dette med unntak av de som har en spesiell høy interesse for foto, hvilket blir en langt smalere målgruppe.
 - En stor premie til vinneren, gjerne flere små premier til 2 og 3 plass, eventuelt at alle som deltar ved å sende inn bilde får noe.
 - Premien må reflektere målgruppen. Et gavekort eller en reise favner alle, fremfor et kamera eller fotokurs som muligens vil tiltrekke seg en smalere målgruppe unge; «hobby-fotografene»
 - Vinnerne stemmes frem av en jury og/eller av publikum selv på utstillingen. Det krever en digital løsning, eller en god løsning med lodd/stemmesedler på utstillingen. Om det skal være en jury, ville det vært et stort pluss om en kjent fotograf var med i denne juryen. Det er mulig å trekke tilfeldige vinnere, men det gjør det mer spennende og mer interessant om det er en jury som kårer en eller flere vinnere.
- Med en gang det er en konkurranse med premier, er det viktig med tydelige regler
 - **Hvordan kan man vite at bildet er tatt med mobilkamera?** For de aller fleste er mobilkamera veldig positivt, fordi det sier noe om at dette ikke kun er for hobbyfotografene. Samtidig som det ikke er like interessant for de som er hobbyfotografer – og hvordan kan man egentlig vite at noen da ikke «jukser» og tar med et bedre kamera?
 - **«Juks» å redigere bildene, eller en del av kunsten?** Å legge til filtre og justere opp og ned farger, slik de gjør før det legges ut på for eksempel Instagram, bør være ok. Det er dog uenighet rundt hvor vidt det skal være lov å redigere bildene ytterligere i redigeringsprogrammer.



Forslag om å legge opp til to «klasser» man kan konkurrere i: Uredigerte bilder og redigerte bilder

- De redigerte bildene er der man kan gjøre hva man vil med bildene i etterkant. Bildene kan også tas med profesjonelt utstyr. Denne klassen vil kunne tiltrekke seg mer profesjonelle fotografundommer som er opptatt av kvalitet på bildene. Det vil kunne føles urettferdig å konkurrere på likt nivå med disse, derfor er det en fordel for alle om det kan deles inn i to grupper. Denne klassen vil og gi rom for å blande digitale elementer og skape «sine egne kunstneriske verk».
- De uredigerte bildene er tatt med mobilkamera. Det kan kanskje være ok å legge på filter slik som på Instagram eller mobilen, men ikke redigere bildet i Photoshop eller mer profesjonelle verktøy.
- Det er og interessant for noen å se et før og etter-bilde, der man kan se endringer etter eventuelle justeringer eller redigeringer, for å se «jobben» som ligger bak bildet.

INNSENDING AV BILDER, ET VIKTIG POENG



Målgruppen legger noen helt tydelige føringer for hvordan innsendingen av bildene bør være. Ikke bare handler det om «best practice», men det er avgjørende for om de i det hele tatt vurderer å delta ved å sende inn egne bilder.

Ønsker å delta uten at venner ser det

Det er viktig å ivareta målgruppens ønske om å være anonyme, også ovenfor venner. De vil ikke *måtte* vise alle følgerne sine at de deltar i en konkurranse ved å legge bildet opp på Instagram og tagge med en bestemt emneknagg.

«jeg synes det er utrolig irriterende når noen søler til feeden min med konkurranser de er med i, og det er litt flaut å vise alle at man har lagt mye tid i noe som ikke bærer frem suksess.»
(Evan, 19, Drøbak)

Flere valgmuligheter

Emneknagg kan brukes, men den må være valgfri, og en av flere muligheter til å delta i konkurransen. Både mail, DM på Instagram eller en nettside der man kan laste opp bildene, dukker opp som gode måter å sende inn bilder på. De ønsker flere muligheter, slik at man kan velge det som passer en best.

Det kan derimot være greit at Smia selv legger ut bilder underveis med emneknagg for å vise frem noen bilder som har kommet inn (gitt at de har fått tillatelse av fotografen) – for å skape blest om konkurransen, vise frem smakebiter og gi inspirasjon.

Opptatt av kvaliteten på bildene

Noen er opptatte av kvaliteten på bildet, og at kvaliteten forringes når bildene sendes inn via sosiale medier. Dette gjelder spesielt «hobbyfotografene». De mener derfor at bildene skal sendes inn ved å laste opp på en nettside (eller sendes på mail som en god nummer to).

Tenker en nettside, IG og lignende tjenester komprimerer bildene, dette er veldig uheldig ettersom bildene skal blåses opp på storskjerm og lerret
(Kristian, 20, Asker)

TEMA

Et helt tydelig JA til tema for konkurransen. Tema må være såpass bredt at alle kan delta og at det åpner opp for kreativitet, men tydelig nok til at det er et tema for det vil lettere sette i gang ideer.

Natur var et tema som kom opp i første gruppen og ble testet ut i gruppe nummer to. Alle var enige i at det var et godt tema fordi her kan alle bidra, og det er spennende å se hverandres tolkninger. Natur treffer godt med tanke på aktualitet innenfor miljø – en problematikk som har høy aktualitet blant unge i dag*. Dette gir en mulighet til å gjøre tema enda mer spennende og mer relevant.

Eventyr/fantasi dukket og opp som et forslag. Det kan for noen virke snevert, så her må i så fall det hjelpes til med å eksemplifisere at dette også kan være bredt. Det er rom for tolkning og spennende løsninger for de som klarer å se dette.

Andre temaforslag som dukket opp i gruppene, nevnt av enkeltpersoner: Svart/hvitt, by, streetbilder, hverdag, høst, nærmiljøet, hvordan det er å være ung, årstider, kultur, dyr.



Hadde vært kult om det var et felles tema, slik at man kunne se mangfoldet og de ulike perspektivene (...) Jeg synes det hadde vært gøyest om det var åpenhet for alt, at man kan utforske med filtre og redigeringsprogrammer slik at det blir et stort mangfold
(Caroline (17, Nesodden))



*Kilde: Ung2019, et målgruppestudie gjennomført av Opinion blant unge 15-29 år i hele Norge.

ANONYMITET: IRL VS INSTAGRAM

- **Å vise frem bilder trykket opp på en utstilling, føles langt mer skummelt enn å legge ut bilder på Instagram**
 - Foto oppleves å være personlig. Bildene de tar representerer dem. Derfor føles det ekstra sårbart å stå for et bilde med fullt navn på en utstilling uten å ha muligheten til å fjerne bildet. På Instagram hender det at de sletter bilder dersom bildet ikke får den responsen de var ute etter.
 - De tenker seg at publikum har en høyere forventning når de drar på en utstilling *for å se på bilder* – fremfor når de scroller gjennom Instagram. Skeptisk til om det man deler digitalt er interessant nok til å vise frem på en utstilling.
 - Noen ser for seg at folk er mer tilbøyelige til å komme med negative kommentarer seg i mellom på utstillingen fremfor å skrive negative kommentarer digitalt.
- **Å kunne være anonym på bildene som stilles ut, gjør det mindre skummelt**
 - Det er en barriere å måtte vise frem bildene med fullt navn. De opplever å ha mer kontroll på Instagram, der de både kan slette bilde om det ikke gir god nok respons, og de opplever å ha kontroll på hvem som ser bildet. På Instagram velger de selv navnet sitt, noe som gir en følelse av anonymitet
 - Målgruppen har derfor et ønske om å kunne velge å være anonym på utstillingen, eventuelt med Instagram-navn eller et kallenavn man finner for anledningen. Man skriver i så fall kun inn fullt navn når man sender inn bildet, men det må være et felt der man skriver inn hvilket navn man vil at bildet skal stilles ut med.
 - Det er gøy å i tillegg kunne gi bildet både tittel og tekst **om ønskelig, opp til hver enkelt**. Slik er det jo også på Instagram, man legger ved kommentar og emneknagger om man ønsker.
 - Hvor mange bilder som stilles ut, påvirker også hvor skummelt det oppleves. Om man kun er en av 100 bilder, er det ikke like farlig.



De interaktive mulighetene ved Instagram

Det er ikke bare anonymiteten ved Instagram som er positiv. Det er gøy med det interaktive, å få umiddelbar feedback på bildene i form av kommentarer og likes. Dette omtales i positive ordlag, og virker ikke til at «nettrolling» er noe de tenker på i denne sammenhengen.

I hjemmeoppgaven er det flere som beskriver en interaktiv løsning på utstillingen, der man både kan like og kommentere bildene, enten digitalt eller fysisk.

En idé til utstillingen, kan være å legge til rette for interaktivitet på bildene som er der. «Likes» med hjerteklistremerker, kommentarer på post-itlapper eller liknende. Skape en fysisk versjon av Instagram i tråd med konseptet «bilder på mobiltelefonen».

UTSTILLINGEN PÅ SMIA 23. NOVEMBER

I hjemmeoppgavene og onlinegruppene beskriver deltakerne en utstilling som er satt sammen av to hovedelementer.

- **Typisk for en kunstutstilling/vernissasje, der de er voksne og betrakter kunst:**
De ønsker seg det en kunstutstilling skal inneholde (slik de ser for seg at en utstilling er), der bildene er pent hengt opp på veggen og de kan gå rundt og se i eget tempo, med bakgrunnsmusikk som spiller passe høyt, men lavt nok til å kunne prate. Utenfor er det kanskje en rød løper, ved inngangen blir man tatt i mot med alkoholfri drikke (Mozell). Det er satt frem snacks og oppskåret frukt, samt mer drikke, kaffe og te. Det er mulig å kjøpe mat (kanskje fra en Foodtruck?). Lokalet må være pyntet og spennende. Bilder som møter dem i det de kommer inn gir en smakebit på hva de har i vente. De ser for seg en utstilling der de som ungdom er i en «voksenrolle», og at hele opplevelsen er skikkelig gjennomført.
- **Et event med underholdning, noe mer enn bare bildene:**
De ser for seg at det skjer mye på utstillingen, mer enn bare bildene. Det er musikk som spilles, musikk de liker. Den kan være live (lokal ungdom?) eller over høyttalerne. Musikken skal skape stemning. Videre er det ønske om innslag, for eksempel et foredrag om foto. Det bør være en åpningstale og selve kåringen av bildene vi inngå som en del av underholdningen. Det er egen tid for «mingling» og for å se på bildene med bakgrunnsmusikk, og deretter starter det fastsatte programmet.
- Deltakerne vi har snakket med er positive til å komme på denne utstillingen, selv om flere bor et stykke unna. Om de har deltatt med bilder selv og utstillingen fremstår som et kult arrangement, ville de absolutt vurdert å dra.

Jeg tenker at det kunne vært kult å ha et foredrag/presentasjon med en kjent fotograf eller lignende i løpet av dagen. Det hadde iallfall gjort at mine venner og jeg hadde ønsket å dra. (...) Ellers tenker jeg at det er viktig at det er rikelig med sitteplasser og at hele lokalet føles gjennomført. Jeg vet ikke helt hvordan Smia er som lokale, men uavhengig av det ønsker jeg ikke at man skal på et «kulturbygg»-følelse. Det kan ofte føles litt kjedelig og tomt ut i slike bygg.



Line (18, Sørumsand)



tenker enten med litt mat, åpningstale fra en eller annen relevant person og kanskje sånn at men kler seg litt ordentlig, eller så kan det være helt low-key, gratis inngang sånn at mange bare kommer innom

Mathilde (20, Bærum)



”

jeg har vært i Drøbak, og det er et vakkert sted, så hvor kan det vel være bedre å avholde en kunstutstilling enn i vakre omgivelser? (...) Siden dette foregår i november blir det fort mørkt, og derfor er utstillingen godt opplyst på utsiden med varme fakler. Kanskje er det også en rød løper der, det er jo tross alt en kunstutstilling.

(Madeleine, 18, Dal)

OPPSUMMERING: HVA SKAL TIL FOR Å DELTA?

Å SENDE INN BILDER

1 Senke barrierene for å sende inn egne bilder

- Flere og enkle muligheter til å sende inn bilder, både via mail og sosiale medier og/eller en nettside for opplasting av bilder
- Mulighet til å være anonym med bildet på utstillingen
- Kommuniser tydelig at det er fokus på innhold og kreativitet fremfor detameratekniske. Å fremheve bruk av mobiltelefonen er et godt grep.
- Løft frem at de blir del av et kult (og annerledes?) kunstprosjekt

2 Trigg ved hjelp av konkurranseelement

- Ha en eller flere premier til vinnerne som kåres på utstillingen
- Mulighet for å delta i to «klasser»: Uredigert/mobilkamera // Redigert/proft kamera

Å DELTA PÅ UTSTILLINGEN

3 Lag et event og et arrangement fremfor en utstilling

- La de føle seg voksne ved at det er for seg gjort – slik som kunstutstillinger skal være. Samtidig som utstillingen byr på underholdning, deriblant kåring av beste bilde(r).
- Gjør utstillingen Instagram-vennlig ved pyntede lokaler og inngangsparti, fristende servering og kreative detaljer. Skap et arrangement som de har lyst til å oppleve fysisk, og dele med vennene digitalt.



Viktigheten av bred og tydelig kommunikasjon

Alt kan gjøres «riktig» uten at det hjelper om de unge ikke har fått med seg arrangementet. Sosiale medier er en viktig arena å være synlige på for denne målgruppen. **Sponsede innlegg** på Facebook og Instagram vil være en god kanal – i tillegg til å bruke nettverket i Drøbak, skoler og tilsvarende. Sponsende innlegg målrettes mot både alder og geografi, noe som gjør det mulig å henvende seg til riktig publikum.

Sikt bredt!

Det vil antageligvis være en fordel om målgruppen opplever å kunne delta ved å sende inn bilder uten å måtte delta på utstillingen, slik at den digitale delen ikke begrenser seg til nærområdet. **Jo flere som deltar i innsendelsen, jo større «blest» blir det om fotoutstillingen som helhet, noe som øker sannsynligheten for flere deltakere på selve utstillingsdagen.**

jeg er ikke så komfortabel med å vise fram egne bilder på den måten, men tenker at det er en flott mulighet for de som ønsker det (...) Mer skummelt, ettersom man kan se folk sine ærlige reaksjoner. på er det lett å skrive en hyggelig kommentar uten å egentlig mene det.

Line (18, Sørumsand)

Om arrangementet er sentralt og tilgjengelig vis kollektivt, at det er litt prestisje i å faktisk delta og vinne (eventuelt noen kjente fotografer i jury eller lignende), og bra gjennomført promotering og opplegg

Kristian (20, Asker)

Bør ha premie i tillegg til at man får stille det ut, eller at utstillingen er et skikkelig kult arrangement det er litt prestisje å få komme på

Mathilde (20, Bærum)

Mindre gøy i forhold til instagram , da insta gir en live direkte tilbakemelding i form av likes og kommentarer

Erlend (20, Frogn)



Det er jo ganske sentralt i og med at det er rett ved siden av busstoppet der bussen går direkte fra/til Oslo, og det burde bli med på markedsføringen, hvordan man kommer dit. Dersom det er en busstur fra Oslo fjerner det "åå, men jeg vet ikke/gidder ikke finne ut hvordan jeg kommer dit "

Evan (20, Drøbak)

Alle bilder får et nummer og man vet selv hvilket nummer man har også stemmer folk. Også er det anonymt. Når man kårer vinneren sier de nummeret også kan den vise seg. På den måten kan de som ikke kom ås langt føle at det gikk bra

Mia (16, Lørenskog)

DETTE INNSIKTSPROSJEKTET ER GJENNOMFØRT I

Hva er Yoice?

Yoice er et innsiktspanel for unge som bor i Akershus og er mellom 15 og 29 år. Her har de unge mulighet til å si sin mening om hva slags arrangementer, opplevelser og tilbud som skal være akkurat der de bor. Både unge med og uten flerkulturell bakgrunn, med og uten kulturell interesse skal være representert i Yoice.

Hva skal vi gjøre med alt vi lærer fra Yoice?

Innsikten går til Akershus fylkeskommune, Norsk Publikumsutvikling og de som leverer kulturtilbudene der de unge bor. Når de lærer og forstår hva de unge liker, mener og vil, kan de lage enda bedre arenaer og tjenester for de unge.

Innsikten sankes gjennom innsiktsaktiviteter som diskusjonsforum, chats, agentoppdrag eller små spørreundersøkelser.

Hvem står bak Yoice?

Yoice er en tjeneste levert av Opinion AS, på vegne av Akershus Fylkeskommune og Norsk Publikumsutvikling. Yoice er utviklet i forbindelse med markedsundersøkelser, og all personinformasjon blir behandlet konfidensielt. Du kan lese mer om Opinion her: www.opinion.no



