



MÅLGRUPPEINNSIKT FOR DEN KULTURELLE SKOLESEKKEN AKERSHUS

Kvalitativ innsiktsstudie gjennomført i august og
september 2018

05.10.2018



OM PROSJEKTET

BAKGRUNN

Den kulturelle skolesekken Akershus har behov for å komme i dialog med brukerne av tilbudet, hovedsakelig elevene. Behovet for innsikt er stort, da det tidligere er gjort lite på (organisert) tilbakemelding og dialog med elevene. I tillegg til å få tilbakemeldinger på hvordan elevene opplever Den kulturelle skolesekken og oppsetningene, er det behov for å forstå målgruppen bedre. Hva opptar dem? Hvilke referanserammer har de?

Innsiktsbehovet til Den kulturelle skolesekken kan derfor deles inn i følgende to behov:

Om målgruppen

Hva opptar de unge i dag? Hvilke referanserammer har de? Hva er viktig for dem? Hva liker de? Hva er en god opplevelse for dem?

Oppfatninger om DKS

Hva vet målgruppen om DKS? Hvordan oppfatter de DKS? Hva synes de om oppsettingene de har sett i regi av DKS? Hva får de ut av det?

MÅL

Dette prosjektets primære mål, er å kartlegge hvor «landet ligger» og få en bedre forståelse av hvordan elevene oppfatter Den kulturelle skolesekken. Dette vil danne grunnlaget for å stake ut en videre innsiktsprosess.

MÅLGRUPPEN

- Alle som går på VGS (i alderen 15-18 år) i Akershus
- Tidligere elever på videregående skole
- Dette er en målgruppe vi har tilgang på i Yoice-panelet



KONTAKTPERSONER

DKS Akershus

- Cathrine Haakonsen, Enhetsleder
- Bjørn H.S. Kristiansen, Produsent DKS-Kulturav

Opinion/Yoice

- Marianne Wille Syvertsen, Analytiker
- Nora Clausen, Seniorrådgiver
- Vikki Walle-Hansen, Analytiker, Trend og innovasjon

METODE OG GJENNOMFØRING

DEN KULTURELLE SKOLSEKKEN

DISKUSJON/CHATBOT

- 16 deltakere fra Yoice i alderen 18-28
- Gjennomført august 2018

Formål: Få en overordnet oversikt og indikasjon på de unges forhold til DKS. Vet de hva det er? Hva tenker de om det? Hvilke erfaringer har de eventuelt?

Diskusjon/chatbot generelt i Yoice om kulturelle innslag i skolen og kjennskap til DKS.

2 ONLINE GRUPPER/CHATS

- 13 stykker i alderen 15-21 år
- Hovedsakelig elever på vgs, noen gikk ut for 1-2 år siden
- Gjennomført 18. september 2018

Formål: Gå i dybden med primærmålgruppen om erfaringer med DKS og oppsetningene.

Om metoden: I en chat (online fokusgruppe) 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 fokusgrupper på samme tema/guide, blant annet for å få nok deltakere i tale.

HOT ELLER NOT

DISKUSJON OG AVSTEMMING

- 10 / 71 deltakere fra Yoice
- 15-29 år
- Gjennomført juni-september

Formål: Finne ut hva som opptar de unge. De rater/stemmer hot or not på en liste som omfatter omtrent 20 ting.

Listen med tingene de stemte på, ble utarbeidet sammen med Den kulturelle skolesekken Akershus, og basert på ideer og innspill fra en diskusjon i Yoice i juni/juli: «Hva opptar deg akkurat nå?»

A decorative graphic in the top left corner consisting of several overlapping circles in shades of olive green and dark grey.

DEN KULTURELLE SKOLESEKKEN

Tenk deg at du sitter på jobb. Du har mye å gjøre og føler deg stresset. Telefonen vibrerer ved siden av deg og du ser at det er Camilla. Camilla som alltid har så mye å fortelle (og åpenbart ikke like mye å gjøre). Hun lar deg gjerne komme med dine synspunkter hvis du rekker å hive dem inn når hun trekker pusten. «Sorry, Camilla, dette har jeg ikke tid til nå», tenker du, før du avbryter anropet så vibreringen ikke skal forstyrre deg i det du svinger inn i siste avsnitt på et sjukt viktig dokument.

Sånn! Ferdig. Du rekker å kjenne på en tilfredshet i omtrent syv hundredelssekunder før du ser at du må videre. Videre til neste prosjekt, neste møte, neste oppgave. Det skal egentlig bli bra det møtet her, du skal få svar på en del ting du står fast ved, ting du har lurt på. Å få svar på spesielt de tre punktene du noterte deg med en halvt fungerende kulepenn på trikken i dag tidlig, vil gjøre at du kan jobbe uforstyrret på hjemmekontor i morgen. Du trenger det nå. Hjemmekontor, åh så deilig. Det er langt mer effektivt – dessuten smaker kaffen bedre.

«Det blir ikke noe møte, dere kan alle gå ned i kantina. Vi treffes der». Du ser på sjefen din, hun som står i enden av rommet i en tilsynelatende ny buksedrakt og sier at det ikke skal bli noe møte. Mener hun virkelig det?

Ja, det mener hun. Nede i kantina ser du dessuten at det er flere som har fått samme beskjed. Du kan skimte Giske og Mathilde fra økonomi lenger inn i rommet, og til høyre for nødutgangen står Ask og spiser en muffin. Resten av kollegene dine ser du umiddelbart ikke, men det er ikke så rart, det er helt fullstappet med andre fra hele bedriften her. De har alle funnet veien til kantina. «Sett dere ned, legg vekk telefonene, nå begynner det!» er det etter hvert noen som annonserer høyt, tydelig og passe autoritært.

Nå begynner hva? Skal jeg sitte på gulvet? Og når får jeg svar på de tre punktene jeg hastig skrev ned på trikken?

Ikke i løpet av den neste timen, i alle fall. I stedet blir du vitne til en oppsetning av tre dansere i matchende og formsydd antrekk som beveger seg rytmisk over gulvet i noe som føles som en evighet. Senere får du høre av en kollega at det var særdeles uttrykksfylt og fint, og det varte ikke stort mer enn 45 minutter.

Du husker ikke noe fra det, annet enn at det varte lenge. Du var ikke til stede. Du tenkte på den vibrerende mobiltelefonen i lomma (Camilla igjen?!), den pulserende mailboksen og de tre punktene du så inderlig skulle hatt svar på. Den uttrykksfulle danseopplevelsen fra tre velkoordinerte dansere har du til gode å virkelig oppleve. Eller, var de kanskje bare to? Det vet du ikke. Det eneste du vet er at arbeidsdagen nå er en time kortere, du har like mye å gjøre, og du har ikke fått svar på det du skulle.

Forhåpentligvis kjenner du deg lite igjen i situasjonen beskrevet på forrige side. Kanskje føler du deg stresset enkelte dager du også, men å bruke 45 minutter på noe du ikke aner hva er, visste at du skulle bruke tiden på, og som du ikke klarer å relatere til jobben din, hører bare ikke hjemme i arbeidshverdagen for oss voksne. Ei heller sitter vi på gulvet.

Det kan derimot se ut til at elevene opplever liknende situasjoner i møte med blant annet Den kulturelle skolesekken.

I denne rapporten skal vi se at **innhold** er viktig, men **rammene rundt og selve opplevelsen** spiller en vel så stor rolle i det etterlatte inntrykket av Den kulturelle skolesekken. Dette kan nemlig være med på å skape relevans.

Det er viktig å understreke at dette ikke er endelige konklusjoner, men funn og læringer som hjelper oss i å forstå elevene bedre. Denne læringen danner et godt og spennende grunnlag til videre samtaler med flere elever og andre involverte parter i Den kulturelle skolesekken Akershus.



Forventninger elevene har til innholdet i en kunst- og kulturopplevelse

Elevene er enige med hverandre i at det er et individuelt aspekt når det gjelder kunstopplevelser. Noe som treffer én treffer ikke alle – det er individuelt hva man liker og hva man anser som kunst. De har allikevel noen felles forventninger til kunst- og kulturopplevelser, og det er de samme forventningene uavhengig om opplevelsen er på eller utenfor skolen. På det overordnede plan, forventer elevene at en kunst- og kulturopplevelse **fanger oppmerksomheten** deres og gir dem noe **de kan sitte igjen med**. Det utkrystalliserer seg fire måter å imøtekomme disse forventningene på, der hver enkelt kan stå for seg:

Underholde

Opplevelsen kan være ren underholdning. Det er flere eksempler fra kunst- og kulturinnslag i skolen (både med og uten DKS) der elevene har blitt underholdt og dermed fått et positivt etterlatt inntrykk. Konserter og stand-up er hyppigst nevnt og det som fanger bredest. Film, kino, spennende teater, høytlesning fra forfatter er også nevnt under underholdning.

Interessere

Oppsetning med et innhold de kan kjenne seg igjen i, eller som er innenfor tema de selv interesserer seg for. Det kan være personlig interesse, eller noe som interesserer dem akkurat nå på grunn av en skoleoppgave.

Trigge følelser

Å bli overrasket eller eksponert for noe helt spesielt som setter i gang en eller flere følelser; tristhet, latter, begeistring, engasjement – fordi det var vakkert, trist, morsomt, overraskende etc.

Sette i gang en refleksjon

Om oppsetningen ikke interesserer, begeistrer eller underholder, bør den lære dem noe eller sette i gang en refleksjon som og kan lede til en diskusjon i etterkant. Et foredrag om et spesifikt tema eller en helt spesiell og uvant kunstnerisk presentasjon er eksempler på oppsetninger der elevene kan lære noe eller starte å reflektere over det de har sett.

Produksjoner som kan innfri på en av disse forventningene, er enklest å levere til målgruppen. Da kreves det ikke mye for å fange oppmerksomheten deres, og sannsynligheten er stor for et positivt etterlatt inntrykk

Produksjoner som ikke faller inn under kategorien underholdning eller som har et innhold som umiddelbart interesserer elevene, vil det være viktig at klarer å trigge andre følelser eller sette i gang en refleksjon **slik at elevene sitter igjen med noe**. Dette er vanskeligere og krever mer i forberedelser og rammer, men det er ikke umulig.

Elevenes møte med Den kulturelle skolesekken

Blant de vi har snakket med, har de fleste elevene hørt om Den kulturelle skolesekken og vet at det dreier seg om kunst- /kulturinnslag i skolen. Noen har mer kunnskap og erfaring enn andre. Allikevel råder det usikkerhet rundt nøyaktig hvem som står bak alle de konkrete kulturinnslagene de uhjulpet kommer på fra skolen.

Elevene som vet mest om Den kulturelle skolesekken, kan peke på noen helt konkrete eksempler der Den kulturelle skolesekken har vært på skolen. Erfaringene de har, er både positive og negative.

Konserter eller stand-up er stort sett gøy, og omtales med positivt fortegn. Noen har også opplevd at de selv har fått være med å teste ut instrumenter, noe de husker som spennende, annerledes og interessant.

De negative erfaringene kommer fra produksjoner de har opplevd som **kjedelige** og **irrelevante**. Det betyr at innholdet ikke har truffet dem, og de har ikke skjønnet hvorfor de skulle se det – hva slags utbytte de skulle sitte igjen med etterpå. Slike opplevelser smitter over på hva de assosierer med og tenker at Den kulturelle skolesekken er. Det gir et negativt etterlatt inntrykk og en opplevelse av at det ikke er noe for dem.

i

Hva betyr kjedelig?

Elevene bruker ordet kjedelig om det som ikke:

- Engasjerer
- Opplevs relevant
- Gir mening
- Er uten kontekst
- Er morsomt

Kjedelig er utelukkende en negativ sekkebetegnelse på noe som ikke har lyktes i å nå frem. Man har ikke lenger oppmerksomheten til elevene, gardina har gått ned.

når jeg syns noe er kjedelig så tar det enda lenger tid. må ikke nødvendigvis vare lenger enn det pleier, men tiden går tregere
(Silje, 16, Nes)

og dersom det er noe annet som gjør at man for eksempel ikke skjønner hva som skjer blir det også kjedelig for da er man ikke lenger interessert
(Manoor, 18, Kjeller)

«

»

Gapet mellom forventninger og faktisk opplevelse

Det er et gap mellom elevenes forventninger til kunst- og kulturopplevelser og hvordan de opplever Den kulturelle skolesekken i skolen. Dette gjør at de antageligvis går glipp av en del av utbyttet de kunne fått.

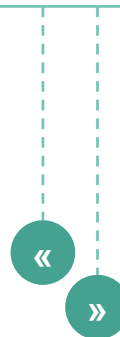
Elevene er nemlig positive til det Den kulturelle skolesekken er og står for. De ser nytteverdien i at alle skal få muligheten til å bli eksponert for ulike typer kunst uavhengig av bakgrunn. Det er interesse for ulike kunstfelt utover kun «konsert og stand-up». Både kulturarv og litteratur trekkes frem av enkelte som kunstfelt de gjerne ville hatt mer innblikk i.

Hovedutfordringen virker å ligge i hvordan Den kulturelle skolesekken blir presentert på skolene: Hva slags informasjon elevene får, hvilke forventning som skapes i forkant og hvilke rammer som ligger til grunn for opplevelsen. Videre er selvfølgelig innholdet i produksjonene viktig, men ikke det eneste som vil avgjøre om det etterlatte inntrykket er positivt eller negativt.

Ulike "kulturbidrag" bra mennesker som ønsker å dele. Tenker også at det er meningen å bli inspirert av dem. Altså at det er hensikten med den kulturelle skolesekken (...) Jeg liker konseptet! At vi får et lite avbrekk fra annen vanlig skolehverdag. Men til tider har det kanskje vart litt lenge, uten at det har inspirert meg. Men sikkert inspirert noen andre, og det samme motsatt andre ganger hvor jeg føler jeg har blitt inspirert
(Maren, 17, Drøbak)

Jeg liker også konseptet og vil at de fortsetter
(Silje, 16, Nes)

Vi elsker DKS <3
(Evan, 19, Drøbak)



Den kulturelle skolesekken er en nasjonal satsing som skal bidra til at alle skoleelever i Norge, både i grunnskole og videregående skole, får møte, gjøre seg kjent med og utvikle forståelse for profesjonell kunst og kultur av alle slag. Det betyr at elever møter profesjonelle aktører/kunstnere innen seks kunstfelt:

Musikk, Film, Kulturarv, Litteratur, Visuell kunst, Scenekunst

*Kunstnerne/aktørene kommer til skolen med sin produksjon/fremvisning. Produksjonene er laget med hensyn til at de skal kunne fremvises i klasserommet eller i gymsalen, og være en skoletime. Noen produksjoner er lagt opp til at elevene deltar, andre er lagt opp til diskusjoner eller samtaler med kunstneren etterpå, eller andre er kun fremvisning uten involvering eller diskusjon med elevene.**

**Helt til slutt i onlinegruppene, ble denne beskrivelsen av Den kulturelle skolesekken presentert for å få reaksjoner fra elevene på det DKS skal være – er det i det hele tatt noe de synes er interessant eller ser verdien i?*



**HVORFOR SKAL JEG BRUKE
TIDEN MIN PÅ DETTE?**

Tydelig kommunikasjon for å skape relevans

Elevene beskriver en opplevelse av Den kulturelle skolesekken der de ikke alltid forstår relevansen i produksjonene eller opplevelsene. De skjønner ikke hvorfor de skal bruke tiden sin på noe de ikke opplever relevant, noe de ikke har blitt tilstrekkelig informert om, og på tidspunkter som i flere tilfeller egentlig skulle vært brukt til andre (viktigere) ting. Det at det oppleves irrelevant handler i de fleste tilfeller om **timing, kommunikasjon og rammer**. Produksjoner som umiddelbart ikke er underholdning eller med tilsynelatende interessante tema/innhold, trenger enda tydeligere rammer og kommunikasjon for å hjelpe elevene til å finne relevans – før, under og etter en produksjon.

Hjelp elevene til å forstå hvorfor de skal bruke tiden sin på dette

Elevene finner sin egen skolehverdag hektisk med mye å gjøre. Mange tar skolen seriøst og de ønsker å gjøre det bra. Skoletimene blir derfor viktige, spesielt rundt tider med innleveringer, prøver og tentamener. Elevene ønsker ikke å gå glipp av viktig undervisning eller bruke tiden på noe som virker irrelevant.

Elevene trenger tydelige rammer og god informasjon, spesielt i forbindelse med mer spesielle produksjoner. Gi elevene svar på hvorfor de skal bruke tiden sin på det, ikke bare fysisk, men også mentalt. Produksjoner som er valgt ut av medelever og ikke bare voksne, fremstår mer relevant. I disse tilfeller er det viktig at det kommer tydelig frem. Tydelig kommunikasjon vil i tillegg bygge merkevaren Den kulturelle skolesekken, som på sikt kan gjøre kommunikasjonsjobben enklere.

Hvem er det som kommer? Hvorfor kommer de hit? Hva skal de gjøre her? (obs! Ingen spoilers på innholdet, sett kun rammene*) Når kommer de? Hvor skal jeg møte opp? Når skal jeg møte opp der? Hvor lenge varer det? Er det noe jeg skal forberede i forkant?



I rapporten for Ullensaker UKM, «Hvordan kommunisere med unge om arrangementer» skrevet mars 2018, er et av hovedfunnene viktigheten av tydelig og utfyllende informasjon. Dette gjelder like fullt arrangementer som skjer på skolen.

Gi dem knagger

Er det noe i produksjonen som kan knyttes opp mot et dagsaktuelt tema eller noe elevene er opptatte av? Kan en Tinder-date vises gjennom scenekunst? Kan tentamenstiden uttrykkes gjennom dans? Kan det som opptar elevene og fanger deres interesse knyttes opp mot produksjonene?

Hjelp til refleksjon

De har en forventning om å sitte igjen med noe. Det er ikke alltid dette kommer av seg selv, og elevene trenger hjelp til å starte en refleksjon. Hvorfor likte jeg dette? Hvorfor likte jeg det ikke? Hvordan var denne opplevelsen? Å kunne vie tid til å **diskutere dette i klassen sammen etterpå**, vil øke sannsynligheten for at de sitter igjen med noe i etterkant, selv om opplevelsen egentlig ikke var helt for dem.

*Fiktivt eksempel på hvordan å forberede elevene uten spoilers på neste side



«Neste torsdag er det Den kulturelle skolesekken klokken 11:00 – 11:45. Det kommer en profesjonell danser fra Den norske ballett og opera. Det skal dere få muligheten til å se for å få et innblikk i en dansesjanger dere kanskje aldri har sett før. Dette blir en annerledes skoletime, men det kommer til å bli fint. Møt opp i rom 2A03. Det er ingenting dere skal forberede, men vær våkne i toppen. Etter timen skal vi diskutere hva vi så og om det er noe dere likte eller ikke. Derfor er det viktig at dere er til stede og åpne for inntrykk under forestillingen. Legg merke til hva danseren har på seg, hvordan er håret satt opp? Tenk over om det er deler av forestillingen dere liker spesielt godt og hvorfor.»

Fiktivt eksempel/forslag på rammer uten at det blir spoilers, og hvordan å forberede elevene på det som skal skje (kun til inspirasjon, og basert på tolkning av funnene i denne rapporten).

Jo mindre relevant og underholdende produksjonen virker, jo sterkere blir behovene for rammer og tilstrekkelig informasjon for å kunne innfri forventningen elevene har om å sitte igjen med noe

Å skape den gode opplevelsen

Bygge opp en positiv forventning

Elevene blir påvirket av hvordan Den kulturelle skolesekken kommuniseres. Når en lærer sier «Det kommer visst noe greier fra DKS», er det ikke rart elevene verken forstår hva Den kulturelle skolesekken er, eller at de gleder seg noe spesielt.

Kanskje er det en kommunikasjonsjobb som skal gjøres allerede fra skolestart, der det bygges opp en forventning og spenning om timene med Den kulturelle skolesekken? Uansett om det er skolen, lærerne eller Den kulturelle skolesekken som tar eierskap til denne kommunikasjonen, er det viktig å være bevisste på hvordan en slik kommunikasjon kan påvirke elevenes oppfatning og opplevelse av DKS.

Elevene setter pris på et «tvunget avbrekk» i skolehverdagen, så lenge de har fått beskjed i rimelig tid og vet hva de går til, slik som beskrevet tidligere i rapporten. Kan Den kulturelle skolesekken oppfattes som et deilig avbrekk i skolehverdagen og noe de gleder seg mer til?

Gjør det behagelig

Gjøre opplevelsen behagelig så fokuset fullt og helt kan være på innholdet. Skal vi sitte på gulvet eller skal vi sitte på stoler? Kanskje skal elevene oppfordres til å ha med seg noe godt å spise eller drikke, slik man gjør på kino?

Poenget er ikke å starte Den kulturelle skolesekken med servering, men å tenke på hvordan opplevelsen kan gjøres så fin og behagelig som mulig – slik fokuset er når vi drar på kino, i Operaen eller på teater. Vi kan jo og kjenne oss igjen i selv, at når vi har det behagelig er det lettere å rette fokuset fullt og helt mot det som skal skje.



I rapporten for Ullensaker UKM, «Hvordan kommunisere med unge om arrangementer» skrevet mars 2018, ser vi hvor viktig opplevelsen og stemningen rundt er for de unge. En utekino handler ikke bare om filmen som vises, men stedet man er, hvordan det ser ut, hvem man er sammen med og hvordan man har det. Dette er læring som man bør være seg bevisst også når forestillingen trekkes inn i klasserommet.

Enig med Evan, vgs er ikke bare bare
(Manoor, 18, Kjeller)

Et eksempel er at midt i tentamenstiden da vi egentlig skulle ha viktige repetisjonstimer, men så ble det en obligatorisk dårlig versjon av Hamlet istedenfor, det skapte litt irritasjon. Nå de siste ukene har vi også hatt litt kulturelle foredrag som på samme måte har gått utover særemne vårt.
(Lucas, 18, Ski)

det blir litt sånn "her har dere noe kunstopplevelser dere bare skal se og få med dere" men det har egentlig ikke noe med skolen eller oss å gjøre
(Karine, 21)

Kanskje få informasjon om hva vi skal se, hvorfor vi skal se det, og hva som er hensikten bak det/hva vi skal lære. Kanskje snakke om det i klassen etterpå, og høre andres refleksjon utifra hva vi har sett
(Maren, 17, Drøbak)

Det hadde vært bra om de kunne avgjøre med skolen først, og ha det i kantina eller noe slikt, eller i lunsjen, så de som vil kan komme å se på da. Eller at det er valgfritt, så man kan velge om man har tid eller ikke. Det er jo kanskje greit med kaffe til? Å sitte godt er et must, helst ikke på gulvet fordi vi ikke er barn lenger, er helt greit å ha det i klasserommet, men kanskje smartere med auditorium og sånne ting Evan
(19, Drøbak)



A decorative graphic in the top-left corner consisting of several overlapping circles. Some circles are a light olive green, while others are a dark charcoal grey. They overlap in a way that creates a cluster of shapes, with some circles partially cut off by the edges of the frame.

HOT OR NOT

Hva er de unge opptatt av, og hvorfor?



Hvordan å lese HOT or NOT

De unge scorer alternativene som HOT eller NOT. Det som blir stemt frem med betydelig flere stemmer HOT (altså kult) enn NOT (altså ukult) vises i listen til venstre. Det som er mer NOT (ukult) enn HOT (kult) vises på listen til høyre. Denne undersøkelsen er besvart av 72 unge i Akershus mellom 15-29 år

100% HOT

97% Sommerferie med venner

89% Instagram

87% Snapchat

76% Telenor Arena (konsertarena)

76% Sommerferie med familien

75% Øya-Festivalen

75% Skjelvet (Norsk Kinofilm)

75% Rap/hip hop fra utlandet

69% Snapchat-Stories

68% The Weeknd

63% Post Malone

61% Jobbe i høstferien (uke 40)

56% Drake

56% Facebook

55% Kendrick Lamar

55% Rap/hip hop fra Norge

52% VG-lista (showet på rådhusplassen)

Sosiale medier står høyt hos de unge, men ikke så høyt som samvær med venner i ferien.

Festivaler, musikk-arenaer og artister scorer høyt.

Selv om Rap/Hiphop fra Norge er i stor vekst, mener de unge at denne musikken fra utlandet fremdeles er mer hot.

Facebook kommer betydelig dårligere ut når det kommer til hva som er kult i forhold til Instagram og Snapchat som er på topp 3.

100% NOT

94% Champions (Serie på Netflix)

89% Røverstaden (konsertarena)

86% Lovleg (nettserie fra NRK)

86% Money Heist (serie på Netflix)

77% Adam Ezzari (Rap)

63% Fantastic beasts 2 (Film)

61% Oceans 8 (Film)

59% Marshmello (EDM-DJ)

58% Studere innenfor kunst/kultur/musikk (etter vgs)

55% Lære om kunst/kultur/musikk på skolen (på vgs)

54% Bibliotek

51% Instagram-Stories

SKAM er over, og de unge har gått tilbake til å ha mange forskjellige favoritter når det kommer til tv-serier, og samles ikke kun rundt en serie mer.

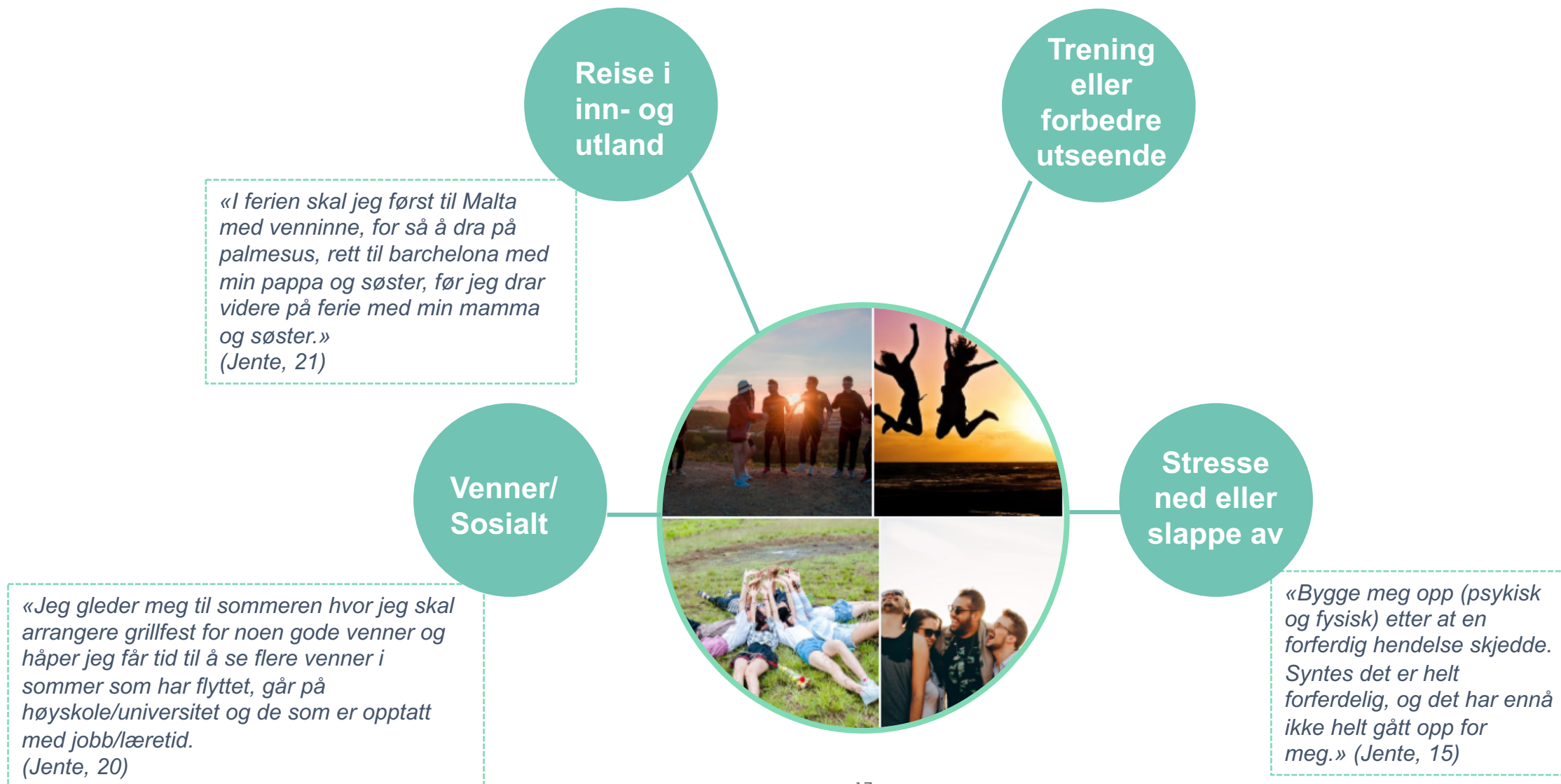
Studere og lære om kunst er mer NOT enn HOT

Instagram-stories er fremdeles ikke like populært som Snapchat-stories (51% HOT) hos de unge.

50% NOT

50% HOT

Hva ønsker de unge å bruke fritiden/ferien på?



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 vi lærer hva de unge liker, mener og vil, kan vi 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, som et samarbeid med 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

