



BIJNA 150 AANBEVELINGEN VOOR EEN MAS IN JONGE HANDEN

\* 1. maak keuzes! 2. fijnzinnig, fijngevoelig 3. gebitselement met knobbels op de kroon, dienend om het voedsel fijn te malen



**MAS**  
MUSEUM AAN DE STROOM

# KIES\*

BIJNA 150 AANBEVELINGEN VOOR EEN MAS IN JONGE HANDEN





BIJNA 150 AANBEVELINGEN VOOR EEN MAS IN JONGE HANDEN

\* 1. maak keuzes! 2. fijnzinnig, fijngevoelig 3. gebitselement met knobbels op de kroon, dienend om het voedsel fijn te malen



## o. Inleiding

### TEAM 'MAS IN JONGE HANDEN'

Onderzoek en teksten  
voor trefwoorden

*Klaartje Brouns*  
kunsteducatief medewerkster

*Diana Herz*  
kunstenares en kunsteducatief  
medewerkster

*Lieve Willekens*  
visueel antropologe

Adviseur en auteur eindrapport

*Franky Devos*  
Auteur Ambrassadeurs  
Jong & Grippbaar  
en XS

### STUURGROEP

*Carl Depauw*  
directeur MAS

*Joke Cortens*  
Kabinet van schepen van Onderwijs  
en Jeugd Robert Voorhamme

*Kris Van Bouchout*  
Kabinet van schepen van Onderwijs  
en Jeugd Robert Voorhamme

*Jan Rombouts*  
Kabinet van schepen van Cultuur  
en Toerisme Philip Heylen

*An Teyssen*  
Kabinet van schepen van Cultuur  
en Toerisme Philip Heylen

*Jeff Van Poppel*  
Kabinet van schepen van Jeugd  
Leen Verbist

*Jan Staes*  
CANON Cultuurcel

Bij u, het eindverslag van een zoektocht.

Het Museum aan de Stroom (MAS) dat in 2010 in een gloednieuw gebouw de deuren opent en het verhaal van de stad en zijn inwoners wil vertellen, ambieert een plek binnen de leefwereld van jongeren (15-25 jaar). Evident is dit niet. Vanzelfsprekend nog veel minder.

Dat daarvoor specifieke doorgedreven inspanningen moeten geleverd worden, is duidelijk. Deze inspanningen lopen best parallel met de conceptfase voor gebouw, collectie, personeelsploeg, communicatie-beleid...

Veel musea leveren inspanningen om jongeren over de vloer te krijgen. Veelal is dat een achterhoedegevecht. Het museum is gebouwd, de collectie hangt te kijk en dan pas moeten jongeren verleid worden om langs te komen. Dat door het MAS een participatiemethodiek voor jongeren uitgewerkt werd nog voor de eerste steen was gelegd, is uniek.

In december 2005 voorzag de stad via het stedenfonds middelen voor 'een profilering van het MAS naar jongeren'. Er werden drie parttime medewerkers aangesteld en één inhoudelijk adviseur. De aanstelling gebeurde vanuit de stad Antwerpen, Lerende Stad : Jeugd en Onderwijs i.s.m. de CANON Cultuurcel (Ministerie van Onderwijs en Vorming). Sinds maart '06 werd de onderzoeksopdracht van MAS in jonge handen gecentreerd rond de absolute overtuiging dat jongeren dé prioritaire doelgroep worden voor het nieuwe Museum aan de Stroom. Dit is hun eindverslag.

Dit rapport telt vier hoofdstukken. Hoofdstuk één beschrijft onze uitgangspunten in ons discours over jongeren en musea. Hoofdstuk twee toont het traject dat we gedurende 10 maanden hebben doorlopen om tot onze aanbevelingen te komen. De zes inhoudelijke pijlers waarop onze aanbevelingen rusten, staan beschreven in hoofdstuk drie en de lijst met 146 aanbevelingen vind je in hoofdstuk vier.

Dit rapport ambieert bondigheid en slagkracht. We hopen vurig dat u het binnen handbereik houdt telkens als u kleine of grote beslissingen neemt die de werking en de uitstraling van het MAS, of welk ander museum ooit, bepaalt. Om het u makkelijk te maken hebben we de aanbevelingen gegroepeerd onder alfabetische trefwoorden.

De 146 aanbevelingen zijn niet enkel voor het MAS inspirerend, maar voor alle musea die werken aan een participatiebeleid met jongeren tussen 15 en 25 jaar. Of het museum nu gebouwd is of in de steigers staat, in een afgelegen gemeente ligt of in een grootstad, over erfgoed gaat of over tabak, schilderkunst, natuurkunde...

Aan u de keuze! Als u echt voor jongeren gaat, dan reiken we u in dit rapport een kader en erg concrete keuzemogelijkheden aan. Het zal de optelsom van telkens deze — veelal ook kleine — juiste beslissingen zijn, die maken dat het MAS een museum wordt voor de 60.000 Antwerpse jongeren, maar ongetwijfeld ook voor de duizenden Belgische en internationale jongeren die geboeid kunnen raken door het verhaal van de stad, de haven en zijn mensen.

## Kies!

# I. Jongeren en musea

(zie ook: aardbeien en augurken)

De missie van het MAS is duidelijk. Het museum wil vertellen over de stad, haar inwoners, de stroom en de haven. Maar het verhaal dat het MAS vertelt, is niet exclusief Antwerps. Het heeft ook een universele dimensie. Het gaat over allerlei fenomenen, tendensen en processen die de groei en het functioneren van een stad bepalen. Daarom moet het museum ook een rol spelen bij een (Chinees) Nieuwjaarsfeest, de aankomst van Sinterklaas, een reuzen-optocht, het Suikerfeest, oorlogsherdenkingen enz. Het MAS moet aanzetten tot het weer aanknopen bij oude stedelijke tradities of tot het ontwikkelen van nieuwe. Het MAS wil ook een foyer zijn voor officiële ontvangsten, plechtigheden, bruiloften en geboorteaangiften.

Het MAS heeft bovendien de ambitie om het debatcentrum van de (een) stad te worden. Publieke discussies over actuele thema's en "hot items" moeten een plaats krijgen in het museum, net als buitenlandse toptentoonstellingen. Ook daarom is het MAS tegelijk Antwerps en internationaal of universeel. Het is er voor de verschillende gemeenschappen van Antwerpenaars en Vlamingen, als ontmoetingsplaats en als ankerpunt van identiteiten.

Het is de plaats waar de (culturele) biografie van een stad gelezen én gemaakt wordt... door de bezoeker zelf. Het buitenlandse publiek kan er kennismaken met en inzicht krijgen in alles wat Antwerpen en Vlaanderen "zijn". Dat wordt de internationale dimensie van het MAS: meer Vlaanderen in Europa en in de wereld, maar ook meer wereld in Vlaanderen.

## I. 1. INTRO

Jongeren en musea: een goed huwelijk is het zelden. Toch tonen publiekscijfers een relatief groot aandeel jongeren onder de bezoekers van Vlaamse musea. Deze zijn grotendeels toe te schrijven aan de samenwerkingsverbanden met het onderwijs.

De stad Antwerpen grijpt de bouw van het Museum aan de Stroom (MAS) aan om de relaties tussen musea en jongeren radicaal te herdenken. Veelal is het museum gebouwd, staat de collectie te kijk en worden achteraf bemoedigende pogingen ondernomen om jongeren interesse te laten krijgen in de museale werking. Het project "MAS in Jonge Handen" gaat ambitieus voor een andere aanpak. Het project wil onderzoek voeren en experimenten opzetten rond methodieken om musea intrinsiek relevant te maken voor jongeren. Hoe moet een museumwerking worden opgezet, wil het an sich relevant zijn voor mensen tussen 15 en 25 jaar?

## I. 2. GEEN SNELLE SUCCESJES

Dat de oplossing niet in het verpretparken van de musea ligt is voor ons al duidelijk. Jongeren zijn op zoek naar authentieke verhalen. Dat het *Museum dr. Guislain*, een museum over de geschiedenis van de psychiatrie in Gent, het succesvolste was bij jongeren tijdens de *Amusee-Vous* campagne 2006 i.s.m. Rock Werchter, is exemplarisch voor deze stelling. Het project "MAS in Jonge Handen" wil dan ook veel verder gaan dan het uitdenken van kortstondige concrete voorstellen om jongeren zin te doen krijgen in musea: jongeren als curator, jongeren kunnen er overnachten, een museumnacht... De ambitie ligt hoger. Liever dan jongeren interesse te laten krijgen in musea, willen wij musea interessant maken voor jongeren.

## I. 3. JONGEREN

Daarvoor vertrekken we vanuit de doelgroep en niet vanuit de museumorganisatie of -collectie. Bekijk je deze doelgroep realistisch, dan zie je dat de overgrote meerderheid zich helemaal niet interesseert aan musea. Binnen de doelgroep 15-25 jarigen zijn hoogstens 10% te bestempelen als cultuur geïnteresseerden (waarvan de meesten eerder warm lopen voor film en muziek dan voor erfgoed of beeldende kunst). Reken dan nog zo'n 15% latent geïnteresseerden en je komt bij 75% van de jongeren die zich niet voor kunst en cultuur interesseren. Probeer je jongeren in te delen volgens culturele smaak, dan leert onderzoek aan de VUB<sup>1</sup> dat er vier grote categorieën te traceren zijn: cultureel correcten, alternatievelingen, macho's en amusementzoekers. Het reguliere culturele aanbod (zowel binnen de musea als binnen de podiumkunsten) richt zich in hoofdzaak tot de eerste twee. Het onderwijs wordt als hefboom ingezet om de laatste twee (geforceerd) toe te leiden naar een aanbod dat op zich niet voor hen bestemd is. Het project "MAS in Jonge Handen" wil een visie en een beleid ontwikkelen om het museum ook *top of mind* te maken bij macho's, amusementzoekers en niet in cultuur geïnteresseerde jongeren. Onze methodieken zullen dus betrekking hebben op elk van de volgende subcategorieën.

	macho's	amusementzoekers	culturo's	alternatievelingen
cultuur geïnteresseerd	1	2	3	4
latent cultuur geïnteresseerd	5	6	7	8
niet-cultuur geïnteresseerd	9	10	11	12

Waarom leggen we de lat zo hoog? Het kan immers een perfect te verdedigen keuze zijn om enkel te werken voor in cultuur geïnteresseerde jongeren met een alternatief smaakpatroon. Niet zo voor de grote Antwerpse musea, denken wij. Zij kunnen het zich niet permitteren om enkel voor een aantal van die subcategorieën een aanbod te ontwikkelen. Immers, door de aantrekkingskracht van die musea — straks zeker het MAS — naar scholen, komen in ieder geval heel wat niet in cultuur geïnteresseerde amusementszoekers in groepsverband over de vloer. Het zal erop aankomen om hen het menu uit vakje 10 aan te bieden. Veel anders lusten ze niet. Op dat vlak zijn we wat defaitistisch. Wij geloven best dat het smaakpatroon van jongeren kan evolueren, maar laten het tempo aan jongeren en de sturing liever aan het onderwijs over. Het project “MAS in Jonge Handen” is geen prediker van de cultureel correcte smaak.

#### 1.4. CULTURELE DIVERSITEIT

De culturele roots van bijna vijftig procent van alle jonge Antwerpenaren ligt binnen tien jaar in vele buitenland. Voor het MAS, dat “stedelijk inzicht wil genereren”, is dit een ferme stimulans om methodieken te ontwikkelen die de dialoog tussen “hét Antwerps verleden” en “hun verleden” stimuleert. Zeker bij jongeren met een etnisch-cultureel diverse achtergrond, die goed geïntegreerd zijn in het onderwijs of op de arbeidsmarkt, gaan herkomstvragen prominenter spelen. M.a.w. (en wat kort door de bocht): hoe beter de integratie, hoe hoger de onderscheidingsdrang<sup>2</sup>. De Antwerpse musea zijn ervan overtuigd dat ze een belangrijke rol kunnen spelen bij de formulering van antwoorden op die herkomstvragen.

#### 1.5. VIER INTERESSEVELDEN VAN JONGEREN

Tussen 15 en 25 jaar verschuift de interesseradius van jongeren klassiek van ‘interesse in zichzelf’ over ‘interesse in zichzelf in relatie tot anderen’, naar ‘interesse in relatie tot de wereld’. De laatste jaren wordt daar nog een vierde dimensie aan toegevoegd: ‘ik en mijn would-be ik’. Nieuwe media laten immers toe dat jongeren los van hun reële identiteit ook een virtuele identiteit aannemen. In chatrooms opereren ze onder verschillende *nicks* en hun weblog verhaalt veelal over hun gedroomde leven, eerder dan over hun doordeweeks bestaan. Bij aanvang van het project “MAS in Jonge Handen” formuleerden de projectmedewerkers daaruit volgend deze vier kernvragen:

1. *Hoe kunnen musea een instrument zijn in de zoektocht van jongeren naar hun eigen identiteit?*
2. *Hoe kunnen musea een relevante context bieden voor de zoektocht van jongeren naar vrienden en kennissen?*
3. *Hoe kunnen musea tastbare antwoorden bieden op vragen van jongeren rond hun positionering in hun stad, land en wereld?*
4. *Hoe kunnen musea jongeren werkmateriaal aanreiken voor de constructie van hun would-be ik?*

2. Elchardus, M., A. Faelens en T. Kuppens, *Autochtone en allochtone paden in de Vlaamse massacultuur*, in: M. Elchardus en I. Glorieux (red.), *De Symbolische Samenleving*, Lannoo, Tiel, 2003, p. 361.



## 2. Projectbeschrijving: toen en later

De ruggengraat van het MAS wordt gevormd door de collecties van het Nationaal Scheepvaartmuseum, het Volkskundemuseum en het Vleeshuis. De verzameling behelst dus schilderijen, tekeningen, affiches, keramiek, zilverwerk, houtsnijwerk, tapijten, sierraden, archeologica, gebruiksvoorwerpen, wapentuig, huisdecoratiestukken, plateel, scheepsmodellen, schepen, ...daterend van de prehistorie tot nu.

Fotografische of filmcollecties zijn essentieel, en mondelinge geschiedenis is intussen ook een belangrijk onderdeel van de actuele collectievorming geworden. Het is een uitgebreide, diverse en snel groeiende collectie: nu in totaal ruim 370.000 objecten.

Maar om een volledig en coherent verhaal te kunnen vertellen zal het museum niet alleen beroep doen op deze collecties, maar moet het ook kunnen putten uit de Collectie Antwerpen, d.i. de collectie van de (kunst)voorwerpen in het bezit van de stad Antwerpen. Het MAS streeft er immers naar om ook bijvoorbeeld Rubens een plaats te geven, het plan van Bononiensis te integreren, zilver, diamant en mode te bespreken, een 16de-eeuws kuras uit museum Mayer van den Bergh te herbergen of het privilegeboek van de natie van goudsmeden (1575) van het stadsarchief te tonen.... Al dan niet tijdelijk.

Sinds de jaren zeventig heeft de scheepvaartcollectie van de stad Antwerpen zich uitgebreid met echte vaartuigen, havenkranen en ander industrieel erfgoed van de haven en de scheepvaart. Deze collectie omvat onder meer een aantal stoommachines, scheepsmotoren en een uniek ensemble van natiewagens en alaam van verschillende Antwerpse naties en stouwerijen. Het grootste deel van deze collectie werd tot hiertoe nooit tentoongesteld. In het MAS zal dit industrieel erfgoed een belangrijke rol spelen.

### 2.1. EEN BEPERKTE TASK-FORCE

Na de aanstelling van drie parttime medewerkers en één inhoudelijk adviseur (maart 2006), werden in de eerste maanden de contouren van het project uitgetekend en de ambitie verwoord in een startnota. (te downloaden via [www.mas.be](http://www.mas.be)). Deze werd goedgekeurd door het college van burgemeester en schepenen en doet sindsdien dienst als leidraad voor panelgesprekken en interviews.

### 2.2. GEBRUIKTE METHODES

De kennis die het jongerenteam ontwikkelde komt uit volgende bronnen:

#### DESKRESEARCH:

een pak bronnenmateriaal werd doorgenomen. De literatuurlijst vind je in bijlage twee.

#### STUDIEBEZOEKEN:

- In Flanders Fields Museum - Ieper
- Huis van Alijn - Gent
- G.R.A.S. project Stedelijke Musea - Amsterdam
- Imagine IC - Amsterdam
- Junior Commissie Centraal Museum - Utrecht
- Jan Cunen Museum - Oss
- Enamel Expertisecentrum bij Oudenaarde
- Gallo-Romeins Museum - Tongeren
- Nationaal Jenevermuseum - Hasselt
- МУКА - Antwerpen
- Vleeshuis - Antwerpen
- Jüdisches Museum - Berlin
- Volkskunde- en Nationaal Scheepvaartmuseum - Antwerpen
- De wonderkamers, Gemeentemuseum - Den Haag
- Dolhuys - Haarlem
- Palais de Tokyo - Parijs

#### STUDIEDAGEN:

- Toonmoment van Cookies/De Veerman op 10.05.2006 in Leuven
- Dag van de Cultuureducatie in Den Haag op 22 juni 2006
- Onderwijs Cultuurcafé in Antwerpen
- Intercultureel personeelsbeleid: 'Met hoeveel maten meten wij?' 21.09.2006 Cultuur Lokaal in Antwerpen
- 'Erfgoededucatie in het Secundair onderwijs', Hereduc, 05.10.2006 in Brussel
- Studiedag 'Virtuele cultuurparticipatie', 20.10.2006, UA
- 'Mind de gap' in Amsterdam, november 2006
- Studiedag 'Making sense in the city', 18.12.2006, Universiteit Gent
- Studiedag 'Dag van de cultuureducatie' in Brussel op 23.01.2007
- Presentatie 'Erfgoededucatie in het Vlaamse onderwijs' in Brussel op 7.02.2007

#### JONGERENADVIESGROEP:

een tiental individuele jongeren kwam op regelmatige basis samen en brainstormde, bedacht, toetste, vulde aan en deletete.

#### EXPERTENGROEP:

mensen uit het onderwijs, het jeugdwerk en de culturele sector kwamen in de loop van het project vier keer samen om het bij te sturen.

Anthonis <i>Veerle</i>	jeugdprogrammator CC Schoten
Apostel <i>Anne</i>	inspectrice onderwijs
Cassauwers <i>Bart</i>	verantwoordelijke jeugdcultuur JES

<i>Cortens Joke</i>	kabinetmedewerkster Onderwijs stad Antwerpen
<i>Depauw Carl</i>	directeur MAS
<i>Depreitere Koen</i>	stafmedewerker jeugdendienst Limburg, muzikant
<i>Ferket Cbris</i>	stafmedewerker musea en erfgoed, Mooss
<i>Maes Steve</i>	medewerker Wisper vzw
<i>Mielants Philip</i>	medewerker Amusee Vous, jeugd & cultuur Provincie Antwerpen
<i>Pelgrims Cathy</i>	hoofd publiekswerking MAS
<i>Saey Peggy</i>	hoofd publiekswerking МУНКА
<i>Staes Jan</i>	medewerker CANON
<i>Staes Jef</i>	programmator Arenbergschouwborg
<i>Thielemans Leen</i>	coördinator Kunst in Zicht
<i>Van Bauwel Nele</i>	stafmedewerkster participatie & projecten Mooss
<i>Van Bouchout Kris</i>	kabinetchef Jeugd, stad Antwerpen
<i>Van der Vinck Vera</i>	pedagogische medewerker Lerende Stad
<i>Van Dijck Bart</i>	ex-directeur basisschool, stafmedewerker LOP
<i>Van Petegem Arne</i>	directeur TRIX
<i>Vangheluwe Joke</i>	productieleidster kinderkunstenfestival
<i>Vanhoecke Ewout</i>	medewerker mu-zee-um
<i>Vervoort Nele</i>	medewerkster Dienst Publieksbeleid Antwerpse musea

**(DUO)-INTERVIEWS:**

vertrekkend vanuit de startnota organiseerden we duo-interviews met mensen met bijzondere expertise: psycholoog, manager, media-adviseur, programmator jeugdtheater, moeder, kunstenaar,...

- *Dirk De Lathauwer* (theatermaker bij Fabuleus) en *Koen Vanmechelen* (beeldend kunstenaar)
- *Richard Anthone* (filosoof) en *Jan De Zutter* (kunsthistoricus)
- *Hanneke Paauwe* (theatermaakster), *Gina De Vos* (psychologe) en *Luc Meert* (lector lerarenopleiding KHLim)
- *Dominique Willaert* (psycholoog, Victoria Deluxe) en *Marc Colpaert* (journalist, auteur en docent)
- *Johan Pas* (docent hoger kunstonderwijs, auteur, kunsteducatief adviseur МУНКА) en *Steven Wouters* (ACW)
- *Dirk de Wit* (digitaal platform IAK, IBK)
- *Johan Leman* (gewezen directeur Centrum voor Gelijkheid van Kansen en Racismebestrijding)
- *Mark Jacobs* (directeur Vlaams Centrum voor Volkscultuur)
- *Tarik Fraihi* (filosoof)
- *Robert Crivit* (coördinator straathoekwerk Antwerpen) en *Manuela van de Perre* (moeder van tieners)

**GESPREKKEN:**

als inspiratiebron voor de aanbevelingen die we verwoorden in hoofdstuk drie en vier van dit rapport dienden een pak mensen die we in de loop van 2006 interviewden. De uitgebreide lijst vind je in bijlage drie.

### 2.3. DRIE OPERATIONALE VELDEN EN DRIE THEMA'S

Om de uitgebreide opdracht bevattelijk te maken werden drie operationele velden en drie thema's afgebakend. Eén personeelslid werkte aan expertise- en netwerkopbouw binnen één veld en één thema. De operationele velden waren: onderwijs, jeugdwerk en culturele sector. De thema's: culturele diversiteit, nieuwe media en erfgoed. Tien maanden werken binnen die drie operationele velden levert een netwerk op dat straks bijzonder dienstig zal zijn wanneer concrete jongerenacties worden ontwikkeld. Intussen zijn een pak contacten gelegd en bruggen gebouwd naar het onderwijs (secundair en hoger onderwijs), het jeugdwerk (klassieke jeugdbewegingen, jeugdhuizen, professioneel jeugdwerk, jeugdraad, organisaties voor amateuristische kunstbeoefening) en de culturele sector (HetPaleis, Villanella, Arenbergschouwborg, Stichting Lezen,...)

#### 2.4. EEN SLAG IN HET WATER: DE JONGERENCAMPAGNE

Als fundament voor dit rapport, wilden wij een zo breed mogelijk debat opzetten met jongeren over musea. Fundamentele jongerenparticipatie zal cruciaal zijn, wil je jongeren enthousiasmeren. Samen met het communicatiebureau Design is Dead, twee copy-writers en een groep jongeren tekenden we een inspraakcampagne uit voor een brede groep jongeren in Antwerpen. Deze vertrok vanuit de (vooringenomen) negatieve houding van het gros van de doelgroep tegenover musea.



Dit campagnebeeld zou op duizenden affiches verspreid worden onder jongeren. In scholen zouden paletten geplaatst worden met telkens een 500-tal affiches, zodat jongeren die zelf konden ophangen op hun studentenkot of in hun favoriete café. Hetzelfde met stickers en badges. Het campagnemateriaal nodigde uit naar de site [www.massaal.be](http://www.massaal.be) waarop op een constructieve manier gediscuteerd werd over musea. Die site moest de vergaarbak worden van uitspraken, ideeën, projectvoorstellen... en idealiter een community opleveren van jongeren die nu reeds bereid waren om mee te bouwen aan het MAS.

Omdat de campagne niet kaderde binnen de stadshuisstijl en “een negatieve toon aansloeg”, werd ze door de dienst marketing en communicatie afgekeurd. De opzet van dit eindrapport is het formuleren van adviezen. Dit zijn er al twee:

1. *Voorzie in het vervolgtraject een inspraakcampagne met jongeren over de uitbouw van het MAS*
2. *Onderzoek hoe de vigerende huisstijl toch ruimte kan bieden voor specifieke doelgroepcommunicatie*

#### 2.5. DE FINISH BLIJKT EEN STARTPUNT

Waar het bij aanvang het opzet was om het project eind december 2006 te laten uitmonden in een eindrapport met concrete aanbevelingen, is tijdens het verloop van het project duidelijk geworden dat er veel energie verspild zou worden indien dit gestarte traject niet wordt gecontinueerd. Het onderzoekstraject heeft een pak informatie opgeleverd die in dit rapport wordt gebundeld in een praktisch alfabet over jongeren en musea.

Deze kennis moet echter de volgende jaren VERDIEPT, BEVRAAGD, GETOETST en ONTSLOTEN worden. Dit gebeurt beter binnen een ruimer kader dan enkel het MAS. Het project wordt dan ook opgenomen als een gezamenlijk project ter versterking van de basisfuncties van de museumwerking van de vzw Musea en Erfgoed van de stad Antwerpen (Dienst Publieksbeleid). De bouw van het MAS is een unieke gelegenheid om het museumconcept radicaal te herdenken en de werking relevant te maken voor jongeren. Anderzijds biedt de inbedding binnen de ruimere Antwerpse Musea de kans om de opgedane kennis meteen te toetsen. Resultaat: “MAS in jonge handen” wordt “Musea in jonge handen”.

## VERDIEPEN:

De kennisopbouw moet ook na 2006 verder gaan. Het gaat om nieuwe inzichten uit deskresearch die geïmplementeerd worden, bezoeken aan nationale en internationale *good practices*, eventueel bijkomend verdiepend onderzoek i.s.m. onderzoeksbureaus, universiteiten of hogescholen, discussiepanels met jongeren (o.a. binnen het beroeps- en technisch secundair onderwijs),...

## BEVRAGEN:

Het project “Musea in jonge handen” gelooft dat jongeren zelf een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de inhoud van ons traject. We plannen dan ook in de loop van 2007 een grote inspraakcampagne waarin Antwerpse jongeren meehelpten om het concept “museum” radicaal te herdenken. De campagne bouwt verder op de campagne-oefening die we reeds in 2006 maakten (zie punt 2.4). Er wordt gedacht aan een zeer aanwezige guerrillamarketingcampagne in de stad in combinatie met een internetbevraging. Het uitgebreide netwerk dat we de laatste maanden hebben uitgebouwd met jeugdwerk, onderwijs en culturele sector levert ons een pak kanalen op waarlangs we jongeren kunnen bereiken.

## TOETSEN:

De inbedding binnen de Dienst Publieksbeleid van de Antwerpse Musea maakt het ons mogelijk om proefprojecten te organiseren waarin de opgedane kennis in de praktijk getoetst wordt. Het kan gaan om bijzondere jongerenactiviteiten n.a.v. lopende of op til zijnde tentoonstellingen tot het creëren van nieuwe museale omgevingen met de bestaande collecties van alle participerende musea. Het moeten goed gekozen proefprojecten worden die netwerkversterkend werken naar onderwijs, jeugdwerk en de culturele sector; jongeren *goesting* doen krijgen in experimentele museale denkplaatjes en imago-versterkend werken voor alle musea in Antwerpen. Naarmate de opening van het MAS nadert, focussen de proefprojecten meer en meer op de MAS-werking en de MAS-collectie.

## ONTSLUITEN:

De opgedane expertise moet maximaal ontsloten en geïmplementeerd worden door zowel de Antwerpse als zoveel mogelijk Vlaamse musea. Het (ook financieel) ondersteunen door de CANON-cultuurcel van de opstart van het traject werd net vanuit die doelstelling gemotiveerd. Het project “Musea in Jonge Handen” wil de komende jaren dan ook doorheen studiedagen, lezingen, artikels, gesprekken, debatten, internetplatforms, ... het debat over jongeren en musea aanzwengelen en voeden. Dat we dit willen doen in samenwerking met organisaties die ook op dit terrein actief zijn (o.a. CultuurNet Vlaanderen, de Vlaamse Museumvereniging, vzw Tapis Plein, vzw Amusee-Vous, CJP,...) is erg belangrijk. Het eerste publieke “kennismoment” komt in het voorjaar 2007 bij de presentatie van dit rapport.

### 3. Jongeren en cultuur — 6 fundamenteën

In het hierop volgende hoofdstuk werken we een trefwoordenlijst uit met puzzelstukken om een appetijtelijk beeld te maken rond jongeren en musea. In dit hoofdstuk beschrijven we zes fundamenteën. Noem het onze mantra, ons credo.

#### 3.1. GA NIET VOOR EEN ONE NIGHT STAND!

Passie voor cultuur in het algemeen en erfgoed in het bijzonder is bij jongeren niet licht ontvlambaar. Eenmalige inspanningen leveren zelden of nooit een langetermijneffect op. Als het MAS structureel meer jongeren wil verwelkomen, is een langetermijnstrategie nodig. Het uitproberen van methodes, het meten van de resultaten en het vervolgens weer bijstellen van de strategie(ën) is daarvoor een uitstekende manier. Een jongerenvriendelijk profiel opbouwen duurt een aantal jaar. Effecten zijn maar zichtbaar na een periode van volgehouden inspanningen. Een effectief jongerenbeleid start dus vanuit een uitgesproken visie. Is iedereen overtuigd van het belang? De directie? De raad van bestuur? De stedelijke overheid? Het personeel?... Zo ja, vertaalt die keuze zich ook in de beschikbaarheid aan personeel en (financiële) middelen en zal men op alle echelons die keuze verdedigen? Ook als een andere bevolkingsgroep zich wat in de kou voelt staan door de radicale jongerenkeuze? Ook als een andere beleids optie meer toeristen zou aantrekken?

#### 3.2. HERDEFINIEER JE MISSIE!

Zolang het MAS zichzelf omschrijft als *een museum dat op een dynamische (bedendaagse) en innoverende manier omgaat met de steeds groeiende en diverse collecties, een actief publieks- / participatiebeleid voert en stedelijk inzicht genereert*, antwoordt 95% van de jongeren met: so what? Voor jongeren (en veel volwassenen) kan het bouwen van een nieuw museum niet gerechtvaardigd worden door te wijzen op het plaatsgebrek om de collectie van het Vleeshuis, het Scheepvaartmuseum en het Volkskundemuseum op een professionele manier aan een publiek te presenteren. Hun vraag gaat verder: waarom moet die collectie überhaupt getoond worden? Wat is hiervan de relevantie? Voor hen? Degradeer het MAS en de collectie tot een middel. Het doel kan dan zijn:

*de verankering van jonge Antwerpenaars met hun stad vergroten*  
*de verankering van jonge Antwerpenaars met de wereld vergroten*  
*de verankering van jonge Antwerpenaars met hun verleden vergroten*  
*een museaal podium worden waarop jong Antwerpen zich toont*

...

Wanneer een creatieve personeelsploeg voor die uitdaging geplaatst wordt en het krijgt hiervoor een multifunctioneel gebouw, 370.000 erfgoedobjecten en risicokapitaal ter beschikking, dan ontstaan er projecten die meteen elke klassieke museumwerking overstijgen. Binnen de muren, soms, maar evenzeer erbuiten. Het MAS mag opereren vanuit het gloednieuwe gebouw, maar niet exclusief binnen het gebouw. Om zijn (erfgoed)verhaal te vertellen gaat het MAS best permanent op zoek naar andere middelen dan een 'museum'.

#### 3.3. ZET JONGEREN IN DE DRIVER'S SEAT!

Medeplichtigheid is het kernwoord. Betrek jongeren zo vroeg mogelijk bij zoveel mogelijk facetten van je werk en het rendement wordt vele malen groter in verhouding tot de energie die je er zelf in stopt. Vertrouw jongeren het MAS-stuur toe en parkeer jezelf in de pitstop als mentor, coach en animator. Laat jongeren programmeren, een deel van de website onderhouden, video-interviews maken, podia opbouwen, artiesten onthalen, zet ze achter de bar, de avondkassa... Kortom,

## Quote

“Je mag de MAS opdracht ook niet te groot maken. Gewoon een keer kunnen binnenlopen moet mogelijk en aantrekkelijk zijn, je moet er even kunnen passeren.”

Stedelijke Jeugdraad

maak ze tot het gezicht van het MAS. Het schrikt volwassenen niet af. Integendeel, ook zij vertoeven graag in een omgeving die jeugdige dynamiek ademt.

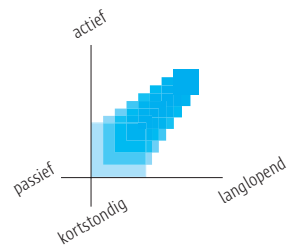
Geef ook jongeren volop kansen en ruimte om zelf artistiek aan de slag te gaan. Bied lokalen aan, productiemiddelen, artistieke coaching. Creëer formats waarbinnen hun experimenten aan een publiek getoond worden. Verlang geen onwaarschijnlijk spraakmakende voorstellen. Wees realistisch in je verwachtingen. Jongeren vinden dagelijks het warm water uit. Ontneem hen dat geluk niet.

Gebruik binnen het MAS jongeren als klankbord en als medium. Zij hebben een adressenbestand en een mailinglijst die ze graag ter beschikking stellen voor projecten waar ook zij bij te winnen hebben. Het is cool om ambassadeur te zijn van een museum dat allerhande originele initiatieven opzet met hen. Het levert hen een benijdenswaardige positie bij vrienden en familie op.

### VAN LOW PROFILE TOT DIE HARD

Het MAS voorziet best in een jongerenparticipatiebeleid met verschillende instapdrempels. De laagste drempel is een eerder 'passieve' deelname aan het MAS-aanbod, zij het via de website of fysiek via projecten in en buiten het museum. De hoogste drempel is een tweejaarlijkse opleiding voor jonge curatoren die (eventueel in samenwerking met De Appel in Amsterdam) een beperkte groep jonge mensen op internationaal niveau opleidt om vernieuwende tentoonstellingen en projecten rond erfgoed te cureren.

Daartussen ontwikkelt zich een breed programma voor mensen die op zoek zijn naar een kortstondig engagement, vrijwilligerswerk, intense projecten,... Hoe langlopend en actiever het gevraagde engagement, hoe beperkter de deelnemersgroep.



### 3.4. BEWARE OF FAKE!

Authenticiteit is dé centrale waarde in het leven van jongeren. Het betekent dat je echt bent, dat je geen spelletjes speelt of een rol aanneemt. Het is de meetlat waaraan ze andere zaken afmeten. Behalve fake is niets nog fout. Jongeren zijn dan ook beducht voor marketingtrucs. Neem daarom de taal van jongeren niet over. Dit maakt je verdacht. Het MAS laat zich best niet verleiden om op trends in te gaan. Ga op zoek naar inhoudelijke en campagnethema's wars van al te veel trendgevoeligheid en blijf trouw aan je product. Een museum is geen jongerencafé en een erfgoedtentoonstelling geen rockconcert.

### 3.5. IEDEREEN VIP!

Exclusiviteit is een krachtig verkoopargument. Zorg ervoor dat jongeren zich speciaal voelen. Geef ze op hun verjaardag een jaar lang een object in bruikleen. Leid ze bij nacht en ontij rond in de achterafkamertjes van het MAS. Verzin een exclusief event voor alle jongeren uit Hoboken. Geef bij het begin van de zomer korting aan alle jongeren op gekleurde flipflops...

Stuur ze een brief! Jongeren krijgen zelden post op naam. Campagnemateriaal, hen toegestuurd in een handgeschreven omslag, geeft hen het gevoel bijzonder te zijn.

### 3.6. DURF!

Jongeren zijn synoniem voor trial and error. Dit waarderen ze ook van anderen. Durf! Zoek als museum regelmatig de randen op. Glijd erover en ga op je bek. Schuw het experiment niet en communiceer over je lukken en mislukken. Het MAS weet het ook vaak niet en mag dit gerust ook zeggen. Ontwikkel een personeelsbeleid dat dit permanent stimuleert en voorziet risicokapitaal.

## 4. Het jongerenmuseumlexicon

Hoofdstuk vier bundelt een reeks aanbevelingen in een lexicon, een alfabetisch geordend overzicht van termen. Waarom die keuze? Eén wondermiddel om de participatiegraad van jongeren aan musea te verbreden en te verdiepen bestaat niet. Of beter: wij hebben het niet gevonden. De puzzel kan wel een fraai beeld opleveren, wanneer voldoende puzzelstukken op de juiste plaats worden gelegd. Dit lexicon bevat 146 puzzelstukken. Hoe meer er in stelling worden gebracht, hoe scherper het beeld!

Het lexicon bevat geen concrete activiteiten. Deze uitdenken en uitwerken is veelal niet de moeilijkste oefening.

Het lexicon is niet enkel dienstig voor het MAS of de Antwerpse musea. Elk museum dat relevant wil zijn voor jongeren doet er ongetwijfeld zijn voordeel mee. Aanbevelingen die eerder exclusief voor het MAS geformuleerd zijn, **worden aangegeven** met dit kleurverloop.

### GOOD PRACTICES

Meer en meer zie je musea die een deel van hun gebouw (exclusief) reserveren voor jongeren. Voorbeelden: Gemeentemuseum in Den Haag, British Museum Londen, Joods Historisch Museum Amsterdam.

De wonderkamers in het Gemeentemuseum in Den Haag. Kunstvoorwerpen, design en erfgoed staan gesorteerd per thema (vb. rood, vrouw...). Daarnaast zijn er kamers waar je objecten een waardeoordeel kan meegeven.

Vooruit Gent is een kunstencentrum dat door zijn programmering, aankleding, communicatie, personeelsbeleid een grote aantrekkingskracht heeft op jongeren. Echter, dit stoot volwassenen niet af om er langs te gaan of in het café een koffie te drinken.

### ALLES, RADICAAL OF NIET!

De gezamenlijke hoeveelheid van de genoemde of bedoelde zaken. Al, allemaal, de hele/bups/rataplan/zwik/, de hele/handel/hap/mikmak/, de hele reut/reutemeteut/santenkraam/, het hele zootje. (Van Daele)

1. Profileer je enkel als jongerenmuseum als die keuze ook radicaal gedragen wordt door directie, raad van bestuur, stedelijke overheid en zich dat vertaalt in voldoende personele en financiële middelen.
2. Voer een “jongereneffecttoets” in: valt elke beslissing hoe klein of groot vanuit een jongerenvriendelijk standpunt te verdedigen?
3. **Houd één box beschikbaar voor jongeren.** Maak het tot hun autonome zone: goed voor workshops, expo's, feesten, logeerpartijen... Zorg dat die ook afzonderlijk van het museum toegankelijk is.
4. **Sluit jongeren niet op in hun box.** Het jongerenvriendelijk karakter moet voelbaar zijn in alle boxen, in alle ruimtes, bij alle personeelsleden, in alle communicatie-dragers...
5. Voer een “kwartdraaitoets” in. Elk idee, elk project, elk object wordt maar uitgevoerd of tentoongesteld wanneer het door een kwartdraai plots in een originele lichtinval komt te staan. Motiveer medewerkers om die kwartdraai te verwoorden.  
Jongeren en kunstenaars zijn veelal cracks in het “kwartdraaien”.

### ALLOCHTOON

Zie: etnisch-culturele diversiteit

### CAFE / RESTAURANT

Het café in het MAS komt op de begane grond, het restaurant op de bovenste verdieping. Beiden scheppen een mooie link tussen de stad en het museum. Het café ligt aan het plein en is dus een verlengde van de stad. Het restaurant torent boven de stad uit en geeft een prachtig uitzicht over stad en haven. Bovendien biedt de route die de bezoeker moet afleggen doorheen het gebouw op verschillende hoogten en vanaf verschillende standpunten de mogelijkheid om de stad te bekijken.

6. Het café/restaurant moet onafhankelijk van het museum toegankelijk zijn, ook op tijdstippen dat het museum gesloten is.
7. Zet het restaurant in voor het aantrekken van brede bezoekersgroepen, focus in het café in hoofdzaak op jongeren.

### Quote

“Het zou schitterend zijn om het café of restaurant uit te baten als opleidingstraject voor maatschappelijk kwetsbare jongeren.”

Koen VAN DE MERCKT (Arktos)

**GOOD PRACTICES**

Het Stedelijk Museum Amsterdam gaf met "11" een hedendaagse invulling aan hun café: "Waarom een vastomlijnd concept naleven, als je alle ruimte hebt om dingen uit te proberen? Daarom is 11 een experiment bovenin het voormalige TPG gebouw, op de plek waar vroeger de gymzaal en de bedrijfskantine van de postmedewerkers zaten. Experimenteren betekent dat geen dag hetzelfde is bij 11. De keuken laat zich leiden door het seizoen. De 12 videoscreens vormen een podium voor nieuwe film, fotografie, dichters, animatie en VJ talent. De draaitafels voor alternatief eclectisch en elektronisch georiënteerd geluid. En geregeld wordt 11 omgebouwd, als plek voor modeshows, TV-uitzendingen, kunstinstallaties, theatershows, vernissages, je bedenkt het maar. Dat laatste is overigens een uitnodiging: 11\_ben\_je\_zelf. En staat dus open voor jouw ideeën." ([www.stedelijk.nl](http://www.stedelijk.nl))

**Quote**

"Wat erfgoed betreft stelt er zich een collectieprobleem: Wat bewaar je? Moet elke rage gedocumenteerd worden? Is dit houdbaar in een wereld waar producten steeds meer en sneller worden geconsumeerd?"

Hilde SCHOEFS (VCV)

"In hoeverre lenen de 370.000 objecten zich ervoor om 'interculturele' verhalen te vertellen? Eventueel moet het multiculti erfgoed aangevuld worden. Of moeten we proberen om de objecten op een andere manier te bekijken. Niet voor de hand liggende objecten aan elkaar koppelen en nieuwe verbanden leggen."

Johan LEMAN (gewezen directeur Centrum voor Gelijkheid van Kansen en Racismebestrijding)

8. Laat het café dagelijks evolueren van een dagkroeg naar een nachtlounge (interieur, licht, muziek...)
9. Maak een tijdloos interieur, dat (tenzij subtiel) niet verwijst naar het museum of de tentoonstellingen.
10. Hanteer een onverwacht democratische prijszetting. Maak het mogelijk om bij bijzondere gelegenheden de prijs te verlagen of te verhogen.
11. Werk met een diverse personeelsequipe die jong van geest is.
12. Zorg dat het café ook functioneel is voor concerten, lezingen, performances... En werk daarvoor samen met jongeren en met de culturele sector.
13. Zorg dat jongeren van buitenaf kunnen binnenkijken. Ze willen zien dat er niet enkel *chique* volk zit.
14. **Het plein verdraagt een groot zomers terras.**
15. Voorzie in het café een aparte hoek waar jongeren(groepen) hun boterhammen kunnen opeten. Culturele uitstapjes zijn duur voor scholen en kunnen straks door de maximumfactuur maar moeilijk meer verhaald worden op de ouders. Een picknick drukt de prijs.
16. **Voorzie drankautomaten op het plein voor mensen die op het pleinmeubilair iets willen drinken.**
17. Trek uitbaters aan op basis van hun expertise en inhoudelijk project en niet louter op basis van hun financiële draagkracht.
18. Ga voor een concessie op middellange termijn, met uitstapclausules op korte termijn. Veel horecafaciliteiten bij culturele infrastructuur zijn te lang in handen van dezelfde mensen. Langlopende goeddraaiende horecazaken worden alsmat zeldzamer. Hou de mogelijkheid open om het café/restaurant indien nodig een nieuwe impuls te geven.
19. **Verbind de concessie voor het café of restaurant niet aan een eventuele concessie voor drankverkoop op het plein. Wil je dat diverse organisatoren met eigen middelen regelmatig manifestaties organiseren op het plein, dan hebben zij die drankinkomsten broodnodig.**
20. **Verbind de concessie voor het café of restaurant niet aan een eventuele concessie voor drankverkoop in de jongerenbox.**

**COLLECTIE**

Het MAS bezit een uitgebreide, diverse en snel groeiende collectie: in totaal ruim 370.000 objecten. De collecties van het Nationaal Scheepvaartmuseum, het Volkskundemuseum en het Vleeshuis, aangevuld met een collectie havengebonden maritieme en industrieel-archeologische voorwerpen en de zogenaamde 'collectie Antwerpen'. Deze laatste zijn de (kunst)voorwerpen in het bezit van de stad Antwerpen.

De verzameling behelst dus schilderijen, tekeningen, affiches, keramiek, zilverwerk, houtsnijwerk, tapijten, sieraden, archeologica, gebruiksvoorwerpen, wapentuig, huisdecoratiestukken, plateel, scheepsmodellen, schepen, ... daterend van de prehistorie tot nu. Fotografische of filmcollecties zijn essentieel, en Oral history is intussen ook een belangrijk onderdeel van actuele collectievorming en beheer geworden. Deze collectie moet worden uitgebreid, mobiel gemaakt, getoond, bewaard en geconserveerd en bestudeerd. Maar er moet ook worden afgestoten. (uit MAS conceptnota, 2005)



## Quote

“Gadgets zijn belangrijk. Mensen willen iets meenemen. Vb: Felix pakhuis gaf een sneeuwboekje, mensen vragen hun ticketje terug na een wandeling, als souvenir. Mensen willen herinneringen bijhouden.”

Annie KORTVRIENDT  
(Antwerpen Averechts)

“Jongeren zijn zeer belangrijk voor het MAS. Uit de voorwerpen en andere zaken waarmee zij hun wereldbeeld maken, moeten zij zelf, onder begeleiding, een selectie maken. Bij jongeren heerst er nu een merkwaardige nostalgie voor een gedateerde jongerencultuur, naar iets dat al gebeurde voor je geboren werd.”

Jef VRELUST (curator MAS)

## GOOD PRACTICES

Een aantal Vlaamse musea kiezen namen die niet meer verwijzen naar hun museumopdracht: vb. S.M.A.K., Huis van Alijn, Bozar, de Wereld van Kina...

Polsbandactie op Rock Werchter door Amusee Vous. ‘Saaie’ musea werden in een ander daglicht geplaatst door hippe filmpjes en door de associatie met popmuziek.

21. Bundel de collectie niet thematisch en niet chronologisch, maar d.m.v. verhalen. Jongeren (en volwassenen) zijn dol op verhalen. Het houdt hen alert en maakt dat ze nadien de ervaring makkelijker kunnen navertellen.
22. Zoek naar onconventionele opstellingen. Leg onverwachte relaties tussen objecten waardoor mensen geprikkeld worden. Of laat mensen zelf een relatie zoeken tussen objecten die op het eerste zicht weinig met elkaar te maken hebben.
23. Bespeel alle zintuigen: zien, horen, voelen, ruiken, proeven...
24. Schrijf de teksten bij de collectiestukken gelaagd: een korte toelichting in één of twee zinnen. In tweede instantie een iets langere duiding en finaal een uitgebreidere analyse van het object.
25. Bied mogelijkheden om de collectie zo intensief mogelijk te gebruiken. M.a.w. er moeten werkwoorden gebruikt worden in de omgang met erfgoed: slaan, roepen, drinken, zitten, rennen, hangen, liggen, misbruiken, vervormen, veranderen, verwijderen, dragen, spugen, spuiten, duwen...
26. Geef jongeren de kans om hun eigen object aan een tentoonstelling toe te voegen of te verwijderen en vraag hen om dit te motiveren.

## COMMUNICATIE

27. Kies niet voor één afgelijnde huisstijl, maar laat je huisstijl mee evolueren met de seizoenen, de doelgroepen, de inhoudelijke thema's...
28. Vertrek voor je communicatie vanuit het aanwezige ‘sentiment’ van je doelgroep. Respecteer ook hun bad feelings en misken ze niet door alles als vrolijk en positief voor te stellen.
29. Noem jezelf geen “museum”. Dit is een te beladen woord. Geef aan het letterwoord M.A.S. constant een nieuwe inhoud:
  - Met Alle Sjinezen
  - Macht Aan Savooikool
  - MAS-da
  - MAS-carpone
  - Ont – MAS – keren
  - MAS-cotte
  - Maten, makkers, MAS
30. Betrek jongeren in de ontwikkeling van je communicatiecampagnes. Een panel van vijf goed geselecteerde jongeren haalt ‘fouten’ in de campagne er meteen uit.
31. Sluit aan bij de beeldtaal van jongeren, niet bij hun woordgebruik.
32. Ga voor guerrillamarketing.
33. Kies voor een mannelijke toets in de communicatie. Cultuur wordt te snel geassocieerd met vrouwelijke waarden. Daarom: harde kleuren, krachtig taalgebruik, jongens als campagnebeeld...
34. Geef je jongerenwerking duidelijke gezichten. Niet het museum is jeugd vriendelijk, maar Tinne, Thomas en Rachid maken je museum jeugd vriendelijk.
35. Laat je communicatie en je inhoudelijke werking vertrekken vanuit een virtueel platform. Ent daar je printcampagne op. Niet omgekeerd! Zie: nieuwe media

**GOOD PRACTICES**

De identificatiekamer in het Huis van Alijn (Gent). Objecten zonder verhaal worden in het museum tentoongesteld. Aan de bezoekers om er een betekenis aan te geven.

Vzw Tapis Plein organiseert een museum voor 1 dag. Tapis Plein houdt halt in een buurt en vraagt de bewoners objecten of herinneringen binnen te brengen. Met deze verzameling bouwen zij een klein museum dat 1 dag vertelt over alles wat de buurt is, was en zou kunnen zijn.

*Quote*

“De bemiddelaars zoeken en registreren niet alleen. (...) De vragen die zij stellen, de voorwerpen die zij selecteren, de relaties die zij leggen tussen de elementen en de presentatie, de hedendaagse tegenhangers en vroegere verschijnselen die ze zoeken, het zijn allemaal manieren om betekenissen te geven aan het verleden. (...) Onverwachte koppelingen of extra lagen zetten aan het denken.”

Iris STEEN (zelfstandige adviseur voor erfgoedprojecten)

“Ik verzet me tegen curatoren, archivarissen en geschiedkundigen die het verleden als hun ‘monopolie’ ervaren. De geschiedenis heeft ook andere stemmen nodig. De complexiteit ervan moet getoond worden. Het is een uitdaging voor het MAS om samen te werken en partnerships aan te gaan met erfgoedverenigingen, heemkundige kringen en kleine volkskundemuseums. Daarnaast moet het MAS zich proberen te richten op de wijk en de straat.”

Marc JACOBS (directeur Vlaams Centrum voor Volkscultuur)

36. Communiceer met beelden. Liefst filmpjes. Toon die op plaatsen waar veel jongeren komen.

**CULTURELE SECTOR**

37. Het cultuuraanbod in Antwerpen is uitgebreid en divers. De schotten tussen de diverse kunstdisciplines vervagen. Kunstenaars zijn meer dan ooit op zoek naar mengvormen tussen muziek en dans, erfgoed en beeldende kunsten, theater en installaties... Het zijn net die kunstenaars die in musea totaal nieuwe omgevingen kunnen creëren. Hiervoor werkt het MAS best samen met de vele culturele en artistieke actoren in de stad, in Vlaanderen en internationaal.
38. Het MAS is een verhalenhuis dat best interessant kan zijn voor documentairemakers, videasten, filmmakers, choreografen, theatermakers... Nodig hen permanent uit om met de MAS-collectie aan de slag te gaan. Zij kunnen reanimeren.

**DIGITAAL**

Zie: Nieuwe media

**ERFGOED**

Cultureel erfgoed: materiële en immateriële betekenisdragers uit het verleden, die gemeenschappelijke betekenissen verkrijgen binnen een cultureel referentiekader (erfgoeddecreet 7 mei 2004). Iets wordt erfgoed door de betekenis die eraan gegeven wordt. Deze betekenis is afhankelijk van de tijd en de plaats waarin het zich bevindt. Erfgoed heeft steeds een subjectieve dimensie die verbonden is met collectieve waardeschalen en met ideologie. (Jan Cools, *Cultureel erfgoed is niet vrijblijvend*)

39. Ga steeds uit van de meervoudige betekenis die erfgoed in zich kan dragen. Niemand heeft de waarheid in pacht, niet de geschiedkundige, niet de conservator, niet Jantje van om de hoek... Waaraan geven jongeren betekenis? Waarom? (interessante vragen voor gesprek en debat)
40. Jongeren leven in een snel veranderende wereld. Een museum en een erfgoedcollectie kan hen even laten ontsnappen aan de razernij van elke dag. Het helpt hen te verankeren en vanuit een historische basis de realiteit beter te begrijpen. Positioneer je museum in de absolute kern van de orkaan, daar is het steeds rustiger. Koester de luwte.
41. Zorg dat jongeren zelf erfgoedbemiddelaar worden. Zij gaan op zoek naar onderwerpen, fenomenen, rages en gebeurtenissen die zij het waard vinden te bekijken en binnenste buiten te keren.
42. Speel met collectiviteit. Erfgoed haalt zijn betekenis uit een collectieve waardeschaal. Toon jongeren dat ook zij veel belang hechten aan dit collectieve. Dit is ondermeer erg duidelijk bij rituelen en feesten.
43. Verzin een nieuwe naam voor erfgoed.
44. Werk projecten altijd uit vanuit het nu en keer dan terug naar het verleden. Niet omgekeerd.

**ETNISCH-CULTURELE DIVERSITEIT**

Van de 56.047 jongeren tussen 15 en 25 jaar die in Antwerpen wonen, zijn er 34.307 (61,2%) autochtonen, 21.740 (38,8%) allochtonen, waarvan 11.238 (20,1%) nieuwe Belgen en 10.502 (18,7%) vreemdelingen.

## Afkomst van jongeren met een vreemde nationaliteit in het Antwerps secundair onderwijs.

Europees land (EU en niet-EU)	39,5%
Marokko	20,4%
Turkije	6,3%
Rest van de wereld	31,9%
Staatloos of vluchteling	1,8%

### GOOD PRACTICES

Imagine IC (Amsterdam): Allochtone jongeren volgen niet alleen programma's maar zijn ook actief als docenten en in de organisatie. Imagine IC documenteert ondermeer de migratengeschiedenis van de twintigste en eenentwintigste eeuw in Amsterdam. Het documentatiedeel van en voor jongeren kreeg de titel "Ik ben mezelf en leef hier!". Tijdens het "red dress project" ontwierpen verschillende jongeren een rode jurk en vertelden daarmee hun visie op mode, traditie, cultuur, religie... Tijdens het project "Religie in de Bijlmer" gingen jongeren op zoek naar verschillende religies in hun wijk. Ze maakten video's en muziek. Ze gingen op zoek naar verhalen en objecten.

Het project Cordoba is een tewerkstellingsproject van Cultuur Lokaal, waarbij een aantal jongeren met verschillende culturele achtergronden als stafmedewerker aan de slag kunnen in cultuurcentra. Gerardo Salinas, één van de Cordobezen en nu actief in de Arenbergschouwburg, schreef een eindverhandeling over dit thema. Antena is een gelijkaardig project, maar stimuleert de participatie in beheersfuncties.

### Quote

"Het cultuurparticipatiegedrag heeft niet zoveel te maken of de jongeren van allochtone of autochtone afkomst zijn, maar alles met de sociale klasse waar ze uit komen. In Vlaanderen stuurt ook alleen de goed opgeleide middenklasse hun kinderen naar de tekenacademie en laat hen workshops volgen bij Wim Vandekeybus. (...) Zolang er geen goed opgeleide allochtone middenklasse is, zal dit ook niet veranderen."

Tarik FRAIHI (filosoof)

## Verdeling naar onderwijsvorm volgens afkomst van jongeren met een vreemde nationaliteit in het Antwerps secundair onderwijs (de indeling is volgens dspa/databank sociale planning Antwerpen)

	ASO	TSO	BSO	DBSO	KSO	ASO
Europese Unie	29,7%	31,1%	19,3%	13,5%	58,0%	16,2%
Marokko	12,9%	20,2%	27,3%	22,3%	1,2%	21,2%
Turkije	4,1%	5,1%	8,2%	5,1%	0%	7,4%
Rest van de wereld	37,6%	29,0%	30,8%	30,4%	30,9%	21,8%
Staatloos of vluchteling	0,9%	2,2%	1,6%	4,2%	0%	2,6%

Bron: Cijfercabier secundair onderwijs, schooljaar 2005-2006 (Sandra Kerremans), dspa

Antwerpen telt elf onthaalklassen voor allochtone nieuwkomers. Tijdens het schooljaar 2005-2006 werden 493 anderstalige nieuwkomers opgevangen.

Onder het publiek van theaterhuizen, culturele centra, musea en bibliotheken vinden we maar weinig allochtonen. Ook in de beleidsorganen zijn ze veelal afwezig. Projecten als Cordoba (bevordering van diversiteit binnen de personeelsploeg) en Antena (bevordering van diversiteit binnen de bestuursploeg) proberen dat te verhelpen. Binnen het amateuristische cultuurencircuit zijn weinig permanente allochtone groepen actief. Wel duiken occasioneel, vaak muzikale, groepjes op. De allochtone gemeenschap gaat nog veelal uit van de organisatorische behoeften van de eigen groep. Culturele activiteiten die verschillende culturen betrekken of aanspreken zijn eerder uitzondering dan regel<sup>3</sup>.

45. Ontwikkel een geïntegreerde, interculturele en multi-etnische canon met het doel om de samenhang tussen vreemde culturen en de eigen interculturele samenleving duidelijk te maken.
46. Een specifiek beleid exclusief voor jongeren met een etnisch-cultureel diverse achtergrond wordt door al onze gesprekspartners afgeraden. Werk eerder rond thema's die teruggaan op de brede interesse bij jongeren, zoals overgangsrutuelen, vriendschap, levensvragen...
47. Beter dan een "allochtonenbeleid" werk je aan een kansenbeleid voor laaggeschoolden, voor mensen met een lage professionele status of mensen uit achterstandsbuurten. Daardoor bereik je sowieso ook veel mensen met een etnisch-cultureel diverse achtergrond.
48. Hoewel we ervoor pleiten om geen speciaal aanbod uit te werken exclusief voor allochtonen, is er één groep die daar een onvoorwaardelijke uitzondering op vormt: de nieuwkomers. Musea hebben de capaciteit om nieuwkomers zicht te geven op de cultuur en de gebrui-

3. Dienst Integratie Antwerpen, beleidsplan 2003-2007.

“ Interculturele veranderingen zijn dus niet alleen een kwestie van personeelsbeleid, maar ook van de basisfilosofie van een organisatie. (...) Isoleer diversiteit niet tot een onderdeel van de organisatie. Diversiteit veranker je in de visie van een cultuurhuis.”

(uit: Angelo De Simone en Krist Biebauw, *Als het leven jou citroenen geeft moet je limonade maken*, 2006, p.12)

- ken van hun nieuwe ‘thuis’ in relatie met de cultuur uit hun land van herkomst. Deze groep blijkt ook bijzonder nieuwsgierig en heeft ook nog heel wat ondersteuning nodig om beter inzicht te krijgen in hun nieuwe stad/land.
49. Leg de nadruk op gedeelde geschiedenis. De geschiedenis van Antwerpen is ook de geschiedenis van vele allochtonen (hun ouders en grootouders hebben mee gebouwd aan wijken, straten, zij hebben mee een stempel gedrukt op het uitzicht, de economie en het leven in bepaalde wijken, ...).
  50. Maak geen thematentoonstellingen die de stereotiepe (vaak traditionele, folkloristische) beeldvorming van een bepaalde allochtone bevolkingsgroep in de kijker zetten, maar projecten en tentoonstellingen die de verstandhouding tussen verschillende bevolkingsgroepen verbeteren door de nadruk te leggen op de bijdrage die verschillende bevolkingsgroepen aan de stad geleverd hebben en vandaag nog leveren.
  51. Hou rekening met andere (niet-westerse) vormen van waarnemen, benaderen en beleven. Dat heeft tot gevolg dat verschillende niveaus van betrokkenheid gecreëerd moeten worden.
  52. Culturele diversiteit is niet statisch. Hou rekening met deze dynamiek in uw diversiteitsbeleid. “De samenstelling van de multi-ethnische bevolking verandert voortdurend: nieuwe groepen vestigen zich in de stad, bestaande groepen verouderen of vergrijzen, nog andere groepen hebben de neiging om zich te assimileren en zijn na een tijd nauwelijks nog als ‘aparte groepen’ te herkennen en te benaderen, andere groepen leggen alsmaar sterker de nadruk op hun culturele eigenheid.” (Theus Carlos en Marie-Thérèse Konsten, *Het stadsmuseum als spiegel van de stad*, uit: *De toekomst van het verleden*, p.183)
  53. Stadsmusea kunnen een belangrijke rol spelen in de zoektocht naar eigen identiteit. Voor vele jongeren van de tweede en derde generatie allochtonen in Antwerpen is de identiteitskwestie vaak een probleem: richten zij zich spontaan op de autochtone dan wel op de allochtone cultuur? En wordt met allochtone cultuur dan de cultuur van het ‘thuisland’ bedoeld dan wel die van de allochtone gemeenschap in hun eigen Vlaamse stad? Vaak stellen we vast dat hen culturele meng- en ontmoetingsvormen aangeboden worden (of dat ze precies hierop terugvallen) die omschreven kunnen worden als hoofdzakelijk folklore uit het ‘thuisland’. Probeer dit te vermijden! Ga samen met hen op zoek naar de verschillende identiteiten (westers – niet-westers, modern – conservatief, religieus – niet-religieus, ...) hier in het nu, in België, in Antwerpen, in Borgerhout... Identiteitsvragen spelen ook bij autochtone jongeren.
  54. Een diversiteitsbeleid moet de rode draad vormen in het hele museumbeleid. Een geslaagd diversiteitsbeleid is een stappenplan met verschillende fasen die doorlopen moeten worden (allochtone mensen/jongeren in dienst nemen is maar een van de eerste stappen!). Het kost heel wat tijd, inzicht, geduld, doorzettingsvermogen, een kritische blik binnen de organisatie en vooral moed om te mislukken.
  55. Geen Alibi Ali’s! Opgelet voor het gevaar dat de diversiteit uitsluitend naar allochtone medewerkers toegeschoven wordt (de zogenaamde Alibi Ali’s). De kwaliteit van een geslaagd diversiteitsbeleid ligt er juist in om medewerkers van andere origine in alle mogelijke museumtaken en op alle niveaus te betrekken.
  56. Overschat de mobiliteit van (allochtone) jongeren niet! In Antwerpen zijn de belangrijkste musea gevestigd in centrale wijken waar weinig allochtonen en kansarmen wonen. Het mobiliteitspatroon van jongeren en zeker van allochtone jongeren is beperkt. Zij blijven liever in hun

vertrouwde omgeving en zijn niet vlug bereid zich te verplaatsen. Verplaatsingen worden wel overwogen als het openbaar vervoersnet goed uitgebouwd is, als het aanbod volgens hun 'de moeite' is en de plek bij kameraden en vrienden ook buiten de aangeboden activiteit een 'place to be' is.

Zie ook: mobiliteit

57. Werk samen met verschillende allochtone verenigingen, organisaties, wijkcomités, moskeeën... en gebruik hun communicatiekanalen. Maar opgelet! Bij de communicatie met allochtone jongeren is voorzichtigheid geboden als je een beroep doet op gezaghebbende personen, op tussen- of bemiddelingspersonen uit bepaalde gemeenschappen. Ook binnen de allochtone gemeenschappen is er een generatieconflict aan de gang en luisteren de jongeren liefst niet meer naar ouders, familie of gezagsdragers als imams. Ook hier is het belangrijk dat men met de jongeren zelf praat, hun zelf laat bepalen wat ze leuk vinden en wat niet!
58. Allochtone meisjes behoeven vaak meer de toelating van hun ouders om ergens heen te gaan. We veronderstellen dat culturele instellingen vertrouwenswekkende plekken kunnen zijn, waar ze makkelijk toelating voor krijgen. (zie ook het succes van bibliotheken voor allochtone tieners). Benut die voorsprongpositie.
59. Laat het museum ook een platform en stimulans zijn voor jonge kunstenaars van diverse achtergronden.
60. Hou rekening met andere dan christelijke religieuze feestdagen. Gebruik die als kapstok voor specifieke projecten vanuit je museum.

## Quote

“Jongeren willen niet het gevoel hebben dat ze een ‘lastig publiek’ zijn. Zij (individueel of in groep) willen gewoon het gevoel hebben dat ze welkom zijn en dat ze benaderd worden als andere (individuele) bezoekers!”

Marlous VAN GASTEL (educatief medewerker Museum Amsterdam)

## GEDRAGSCODES

Eén van de eerste struikelblokken voor vele jongeren zijn de museale gedragscodes. Natuurlijk zijn er een aantal basisregels die moeten nageleefd worden om het museumbezoek voor iedereen aangenaam en mogelijk te maken - dat geldt ook voor een jong publiek. Maar veel jongeren voelen zich niet op hun gemak in een museum omdat ze de codes/regels niet kennen en/of omdat ze al de verboden (niets aanraken, niet hardop praten, niet rondhangen, niet bellen, niet eten en drinken, ...) niet leuk vinden.

Vele musea vragen aan schoolklassen/jongerengroepen dat zij tijdens het museumbezoek als groep samen blijven en zich niet in kleine groepjes opsplitsen. Vaak is een praktisch probleem de oorzaak voor deze maatregel: niet elke zaal heeft een eigen toezicht.

Niet zelden gedraagt het museum personeel zich anders als er jongeren over de vloer komen. Jongeren voelen zich dan ook door het personeel, dat in de hoogste staat van paraatheid lijkt te zijn, vaak gevisieerd. Met jongeren is men in musea dikwijls minder tolerant dan met volwassenen. Deze laatste mogen dingen die jongeren niet wordt toegestaan zoals jassen aanhouden, tassen en rugzakken meenemen,....

Als jongeren voelen dat zij als 'lastig publiek' benaderd worden, verpest dat de sfeer van hun museumbezoek. Als ze dan nog op een onvriendelijke en dreigende manier door een suppoost terecht gewezen worden, willen ze zeker niet terugkomen.

61. Maak jongeren voor het eerste bezoek aan het museum duidelijk wat zal gebeuren en wat van hen verwacht wordt.
62. Maak een interessante, leuke en informatieve folder over do's en don'ts in musea. Laat jongeren die zelf uitwerken. Focus op wat wel mag en leg uit waarom iets niet mag. Jongeren weten best wel respect op te brengen voor waardevolle voorwerpen.

- 63. Wees flexibel in de strengheid. Wat tijdens tentoonstelling A niet kan/mag, moet tijdens tentoonstelling B perfect mogelijk zijn.
- 64. Geef vorming aan alle personeelsleden die rechtstreeks met jongeren in contact komen.
- 65. Jongeren hangen graag rond, babbelen met vrienden, willen objecten aanraken, even bellen of hun berichten checken... Voorzie plekken in het museum waar al die dingen wel kunnen: richt een zithoek in waar wel gebabbeld en gebeld mag worden, plaats objecten die aangeraakt kunnen worden...

## GIDSEN

- 66. Jongeren houden van authenticiteit. Laat daarom jongeren door jongeren zelf of door ervaringsdeskundigen gidsen.
- 67. Jongeren nemen beelden makkelijker op dan tekst. Gebruik waar kan beeldmateriaal om iets over een object te vertellen, eerder dan een tekstpancarte.
- 68. Audiogidsen zijn dankbaar. Zorg voor podcastprogramma's die museumbezoekers vooraf kunnen downloaden op hun mp3-speler en waarmee ze door de collectie kunnen wandelen.
- 69. Nieuwe vormen van digitale media laten toe dat mensen zelf een persoonlijk parcours kunnen uitstippelen doorheen het museum. Stop jongeren elk een kleine mobiele videodrager in de hand waarop een "idool" hem/haar zijn/haar favoriete objecten toont in het museum. Dit biedt ook ruimte voor achtergrondfilmpjes, klankfragmenten...

## INTERNATIONAAL

- 70. Surf mee op het aantrekkelijk party-imago van Antwerpen in binnen- en buitenland. Ontwikkel een gezamenlijk aanbod, sluit deals met hotels die het bijzonder jongerenaanbod in het museum meeserveren tussen de koffie en de pistolets bij het ontbijt...

## JEUGDWERK

Het begrip jeugdwerk kan gezien worden als een verzameling van jongeren in hun vrije tijd. Het dekt een zeer diverse lading. Jeugdwerk zijn de klassieke jeugdbewegingen, jeugdhuisen, professioneel jeugdwerk, jeugdateliers, jongerenafdelingen van politieke partijen, religieuze bewegingen, etc.

### JEUGDBEWEGINGEN.

In Antwerpen is de Scouts de meest populaire jeugdbeweging. Jeugdbewegingen verliezen hun aantrekkingskracht op jongeren naarmate ze ouder worden. Tot en met 16 blijft de participatiegraad min of meer constant, na 16 daalt het aantal met ongeveer een vijfde. (*Fijngebakt en voor u opgediend. Tieners en vrije tijd*, UIA, Antwerpen, 2002). Voor een museale jongerenwerking gericht op 15- tot 25-jarigen zijn enkel de laatste groepen en de leiding interessant. Die leiding kunnen wel interessante verleiders zijn om kinderen in contact te brengen met het MAS.

	Aantal leden	Aantal jeugdbewegingen
Chiro	2212	30
FOS Scouts	387	5
KSA	179	3
KSJ	352	5
Onafhankelijke Jeugdbewegingen	3652	23
Rode Valken	233	4
Scouts en Gidsen Vlaanderen	6190	55
Kindervreugd	5000	2+2 deelzw's
VNJ	194	2

Bron: Stedelijke Jeugddienst Antwerpen

## Quote

“Wil en kan het MAS vanuit de leefwereld van jongeren vertrekken en niet vanuit de collectie?”

Arne VAN PETEGEM (TRIX)

“Wie bepaalt de interactie? Het MAS of jongeren zelf?”

Tijl BOSSUYT (De Veerman)

“Hoe mogen jongeren het museum verwerven?”

Dirk VERBIST (Kids)

“Waarom kunnen de cultuurcheques voor studenten ook niet binnen het jeugdwerk bestaan?”

Maarten CAESTECKER (Stedelijke Jeugddienst Antwerpen)

“We moeten het MAS kunnen gebruiken als tentoonstellingsruimte voor wat in het jeugdwerk gemaakt wordt. Bijvoorbeeld: Piazza liet allochtone meisjes hun eigen sluiers ontwerpen en maken. Deze werden in een modeshow getoond naast het werk van ‘echte’ ontwerpers.”

Bart ROOMS (Piazza dell'Arte)

## JEUGDHUIZEN EN STEDELIJKE JEUGDCENTRA

Deze jeugdwerkvormen hebben veelal een aanbod vanaf 15 jaar. Hun doelgroep spoort met die van het MAS. Antwerpen telt een tiental jeugdhuizen en zes jeugdcentra waaronder TRIX, De Branderij, Bouckenborgh, Vizit, KAVKA en Den Eglantier. Samen bereiken zij ongeveer 103.000 Antwerpse jongeren. (bron: stedelijke jeugddienst)

## JEUGDWERK MET EEN MAATSCHAPPELIJKE DIENSTVERLENING

Een segment van het jeugdwerk vertrekt vanuit de leefwereld van jongeren die zich in een sociale, culturele en economische zwakkere positie bevinden. Naast ontspanning bieden zij ook huiswerkbegeleiding, tewerkstellingsprojecten, sociale en psychologische hulp. Deze vorm van jeugdwerk is sterk geprofessionaliseerd. Zijn actief in Antwerpen: KIDS, JES, ARKTOS, Uit de Marge...

## KUNSTEDUCATIEVE ORGANISATIES

Dit zijn vormingsorganisaties voor kinderen en jongeren die hun vormingsdoelstellingen bereiken door middel van kunst en cultuur. Heel wat kunsteducatieve organisaties zijn actief over gans Vlaanderen en bieden hun diensten aan diverse organisatoren. Zijn gevestigd in Antwerpen: Piazza dell'Arte, De Veerman...

71. Veel samenwerkingspogingen lopen vast op de oneigenlijke vragen van de musea (lees: de cultuursector) aan het jeugdwerk. Al te vaak wordt het jeugdwerk gedegradeerd tot toeleider naar museum. Jeugdorganisaties laten zich daar niet aan vangen. Bouw vanuit je museum elke vorm van samenwerking op vanuit jeugdwerkspecifieke methodes, veel meer gericht op actieve participatie, dan op 'passieve consumptie'. Zolang de museummedewerker enkel met de Chiroleider praat om méér jongeren naar het museum te lokken, blijft het samenwerkings-surplus maar van korte duur.
72. Het spelelement is veelal essentieel bij jeugdorganisaties. Willen musea hen bereiken, dan moet er 'gespeeld' kunnen worden. Jeugdbewegingen zijn bereid om mee te werken aan een museaal spelaanbod.
73. Vlaamse jeugdbewegingen zijn op zich een mooi staaltje (levend) erfgoed. De naoorlogse verzuiling heeft ervoor gezorgd dat het jeugdwerklandschap ook op vandaag nog zo talrijk en verscheiden is. Het MAS kan niet alleen werken met het jeugdwerk, maar ook met verhalen over of van dit jeugdwerk.
74. Jeugdorganisaties zoeken naar originele locaties voor vormingsmomenten, weekends, kampen... Wat biedt het MAS?

- 75. Jeugdhuizen en (stedelijke) jeugdcentra worden best prioritaire partners. Dit betekent dat er regelmatig overleg is tussen hen en het MAS en dat continu wordt gezocht naar methodes om elkaars werking te versterken.
- 76. Het jeugdwerk plant op veel kortere termijn dan musea. Hun budget is ook vele malen kleiner (voedingsbodem voor het calimerocomplex) en in de leiding staan almaar wisselende jonge mensen. Ze zijn dus veel minder geprofessionaliseerd, waardoor het moeilijk is om langduriger relaties aan te gaan. Je museum houdt hier best rekening mee.
- 77. Bij het runnen van een groot museum horen heel wat taken die door jongeren in een opleidings situatie kunnen opgenomen worden. Mogelijkheden: technische tentoonstellingsopbouw, onderhoud, catering, restauratie van o.a. schepen, administratief werk, suppoost, security, onthaalbedienden, maritiem lassen...
- 78. Voor de uitwerking van specifieke projecten kan samengewerkt worden met kunsteducatieve organisaties. Resultaten van kunsteducatieve trajecten kunnen ook, zelfs al werden ze niet in het MAS uitgewerkt, in het MAS aan een publiek gepresenteerd worden.

## LEEFTIJDVERSCHILLEN

Dit rapport heeft 15- tot 25-jarigen als doelgroep. Deze wordt veelal omschreven als een moeilijke leeftijdsgroep voor cultuurparticipatie. Ze zijn niet langer via de ouders te bereiken en ook de toeleiding via het onderwijs is weinig succesvol. Het MAS wil een museum zijn voor heel veel publieken, maar vond het, samen met de stad Antwerpen, van belang om dit onderzoek in eerste instantie te richten op deze leeftijdsgroep.

- 79. Vijftien- tot vijftientwintigjarigen worden binnen de culturele sector veelal als 'de lastigste doelgroep' omschreven. Behalve via het onderwijs is het moeilijk om hen individueel te bewegen tot bijvoorbeeld museumbezoek. Vandaar dat dit rapport in hoofdzaak inzoomt op die leeftijdsgroep. Dit betekent uiteraard niet dat kinderen geen aandacht verdienen. Integendeel. Neem de twaalf- tot vijftienjarigen. Zij vormen best een boeiende groep. Ze hebben een grotere behoefte aan geborgenheid dan vijftienplussers en sommigen ontlenen hun identiteit graag aan het museum, waar zij als ambassadeur deelnemen aan projecten op hun maat. Benut dit!
- 80. Bij vijftien- tot achttienjarigen is het cultureel smaakpatroon (zie 1.3 en trefwoord SMAAK) nog erg in ontwikkeling en veelal niet zo anders dan die van pa en ma. Deze jongeren hebben een grote drang naar producten en symbolen om hun identiteit te uiten en te laten zien bij wie ze al dan niet willen horen. Ze vertonen nog niet al te veel gedrag dat afwijkt van of afkeuring opwekt bij leeftijdsgenoten. Ze hebben het moeilijk om zelfstandig te kiezen uit het cultureel aanbod. Een groot deel valt onder de groep niet-geïnteresseerden, een deel behoort tot de groep latent geïnteresseerden. Vijftien- tot achttienjarigen zijn het beste te bereiken via de school, verenigingen en vriendengroepen. Speel in op hun groepsgevoel. Benadruk het sociale aspect van je aanbod en bied inhoud die nauw aansluit bij hun interesses. Ze zijn ook graag zelf actief want ze raken snel verveeld.
- 81. Bij 18-plussers is heterogeniteit troef. De behoeften van thuiswonende studenten zijn totaal anders dan die van hun op kamers wonende collega's of van leeftijdsgenoten op zoek naar een baan. Ook de verschillen tussen hoger en lager opgeleiden worden groter. Geef 18-plussers volle verantwoordelijkheid. 18-plussers zijn lid van verschillende subclubs, eerder gekenmerkt door gemeenschappelijke interesses dan door leeftijd. Vertrek voor je communicatiecampagnes dan ook vanuit die



interesses. Een twintiger met interesse in maritiem erfgoed heeft meer gemeen met een veertiger met dezelfde interesse dan met een leeftijdsgenoot die van basketbal houdt.

82. Zet je bijzondere acties op voor jongeren (workshops, rondleidingen, masterclasses...), hanteer dan de vuistregel dat het leeftijdsverschil binnen één categorie niet meer dan vier jaar mag bedragen. Hou hier rekening mee als je een bredere groep voor ogen hebt. Een bredere groep betekent meer activiteiten naast elkaar.

## MOBILITEIT

83. Je staat ervan versteld hoe zelfs achttienjarigen met een zekere angst naar de stad kijken. Onder de kerktoren is bij veel jongeren nog steeds hun favoriete veilige plek. Zoek daarom mee naar antwoorden op mobiliteitsvragen van jongeren. Schets in je communicatiemateriaal duidelijk de bereikbaarheid van je museum. Hou bij de keuze van openings- en aanvangsuren rekening met de uurregeling van het openbaar vervoer. Verwijs op je website naar carpoolfaciliteiten.
84. Een tram- en bushalte MAS is onontbeerlijk, een hoge frequentie in het openbaar vervoer en troef. Ook 's avonds!
85. Scholen zijn vragende partij om het openbaar vervoer beter af te stemmen op het vervoer van groepen. Reserveren van extra ingelegde bussen, trams, treinen... zijn mogelijkheden. Tot nu toe is het praktisch bijzonder moeilijk om als klasgroep met de bus of de tram te reizen.
86. Laat een stevige fietsenstalling monteren.
87. Spreek een permanent verlaagd jongerentarief af met de NMBS en De Lijn.
88. Heb je echt een aanbod waarvoor jongeren zich verder verplaatsen, benoem dan naar een andere stad reizen als een experience. Het is eens totaal wat anders dan op stap gaan in de eigen gemeente of stad.
89. Voorzie parkeerplaatsen voor (school)bussen.

## NIEUWE MEDIA

Alles wat ons virtueel dichtert bij elkaar brengt: websites, digitale tv, ipod, pda, blogs, podcasts...

90. (cfr. aanbeveling 29) Noem jezelf geen museum. Een museum is een gebouw waarin voorwerpen van culturele waarde bijeengebracht zijn en uitgesteld worden (Van Dale). Besteed even veel aandacht aan de virtuele bezoeker als aan de fysieke bezoeker. M.a.w. het MAS is een digitaal platform waarop voorwerpen, verhalen, beelden, anekdotes... van culturele waarde bijeengebracht zijn en uitgesteld worden.
91. Ga terug naar de kern van de opdracht van het MAS: vertellen over de stad, haar inwoners, de stroom en de haven. Dit kan evengoed (beter?) vanuit een digitaal platform dan vanuit een museum.
92. Richt een medewerkersploeg op, belast met de uitbouw van het digitaal platform en laat die niet ressorteren onder het departement communicatie, maar laat ze aansluiten bij de staf die de inhoudelijke lijnen van het MAS uitzet.
93. Registreer de virtuele bezoekers die op het virtueel platform meer komen doen dan het checken van lopende tentoonstellingen, openingsuren en ticketprijzen. Deze bezoekers zijn even belangrijk als de bezoekers die langskomen in het museum.

### GOOD PRACTICES

Het Amsterdams Historisch Museum digitaliseerde zijn collectie en gaf de mogelijkheid aan de bewoners van de wijk Amsterdam Oost om hun verhalen bij objecten toe te voegen. Wijkverenigingen ondersteunden dit project en grepen dit aan om internetcursussen in te richten en een radioprogramma te maken.  
[www.geheugenvanoost.nl](http://www.geheugenvanoost.nl)

De site van het Victoria en Albert Museum (Londen) staat volwaardig naast de museumcollectie.  
[www.vam.ac.uk](http://www.vam.ac.uk)

HETPALEIS (Antwerpen), is als theaterhuis voor kinderen, jongeren en kunstenaars reeds lang bezig met het evenwaardig maken van hun website. Ze hebben een drukbezochte podcast, forum... en houden het virtuele en niet virtuele publiek in de gaten door middel van onderzoek.  
[www.hetpaleis.be](http://www.hetpaleis.be)

- 94. Bied naast permanent eigen nieuwe content, ook webapplicaties waardoor virtuele bezoekers zelf nieuwe content kunnen toevoegen.
- 95. Experimenteer met tentoonstellingen die eerst virtueel worden uitgewerkt vooraleer er een fysieke vertaling van komt in het museumgebouw. Immers, de museumstaf heeft kennis, maar het publiek evenzeer. Hun surplus bij een tentoonstelling zou wel eens tot verrassende resultaten kunnen leiden.
- 96. Investeer regelmatig in communicatie over het digitaal platform MAS, anders kan je nieuwe bezoekers wel vergeten.
- 97. **Start nú met de uitbouw van het digitaal platform MAS. Laat het MAS nu al volop digitaal leven. Wakker daarmee de interesse aan, vergroot de betrokkenheid en word echt interactief.**

## ONDERWIJS

Tot nu toe komen de meeste jongeren in schoolverband naar een museum. Het voordeel daarvan is dat het onderwijs aan alle leerlingen, ongeacht hun afkomst (sociaal, cultureel, etnisch, religieus, ...), een basisnotie kunst/cultuur/erfgoed verschaft.

Probleem bij een 'democratische aanpak' (iedereen is gelijk!) is, dat zowel het onderwijs als de musea een klas als homogene groep benaderen en geen rekening houden met de individuele smaakverschillen van de leerlingen. (zie: Smaak) Bovendien heeft zo'n "georganiseerde cultuurparticipatie" (in schoolverband), zeker voor minder of niet gemotiveerde leerlingen, vaak een zo negatief effect dat ze helemaal geen zin meer hebben in musea/cultuur.

Het is ondertussen bekend dat de meeste leerlingen (zeker pubers) het niet leuk vinden om als één groot, gelijk geheel benaderd te worden. Heel wat jongeren geven trouwens toe dat ze zich vaker en makkelijker 'verkeerd' gedragen als ze in groep zijn.

De vraag van vele musea aan schoolklassen om tijdens een museumbezoek als groep samen te blijven en zich niet in kleine groepjes op te splitsen, gaat tegen dit feit in. Moet het museum zich niet de vraag stellen of praktische problemen zoals moeilijk toezicht, aansprakelijkheid en controleerbaarheid voldoende reden zijn om een onderscheid te maken tussen jongeren in hun vrije tijd en jongeren tijdens de schooltijd? Het gaat immers om dezelfde jongeren!

Op dit moment werken scholen in Vlaanderen nog niet zo vaak samen met de erfgoedsector: het ASO en het lager onderwijs doen dit het meest (24,7% werken soms samen met de erfgoedsector), het BSO (6,7%) het minst.

De erfgoedsector richt zich op dit moment in zijn aanbod en zijn informatie in hoofdzaak tot het ASO (43,2%) en het lager onderwijs (45,7%), het BSO (24,4%) en het KSO (16,7%) worden eerder stiefmoederlijk behandeld. (uit: *Erfgoededucatie in het Vlaamse onderwijs*, 2007, p.101 en 117)

- 98. Veel jongeren ervaren het schoolse als niet zo aantrekkelijk. Maak in alles duidelijk dat je museum tot het domein van de vrije tijd behoort en niet tot het domein van de verplichte schooltijd.
- 99. De culturele smaakverschillen en culturele interesses zijn in een klas te divers om voor 15-plussers nog succesvol een klasaanbod te voorzien. Laat klassen hoogstens tot aan de rand van het plein komen, eenmaal daar, erken de jongeren dan als individu, inclusief een op maat gesneden aanbod. Wees standvastig in deze keuze.
- 100. Voor 15-plussers kan je veelal niet én het hart van de leerling én het hart van de leerkracht treffen. Kies voor het hart van de leerling (en verzoen je met de consequenties van die keuze — er zijn musea genoeg die de kaart van de leerkracht trekken).

101. Als je jongeren op een positieve manier wilt benaderen opdat ze het 'saai, stoffige' imago van musea vergeten, houd dan rekening met hun leefwereld, hun smaakpatronen, verschillende opleidingsniveaus en diverse belevingsvormen. Voorbeeld: veel jongeren houden van muziek en identificeren zich vaak met hun idolen. Bied een Tom Barmanroute aan (vraag aan Tom Barman om zijn keuzes van het museum/tentoonstelling te maken met videobeelden, muziek, etc.), een Hadiseroute, een Najib Amhaliroute, een Wouter Deprezroute, etc. Vergeet niet dat idolen van jongeren vlug veranderen, pas het programma permanent aan! Omdat het onmogelijk is om voor elke route gidsen te hebben klaarstaan en omdat de meeste jongeren heel erg geboeid zijn door nieuwe media: maak gebruik van audiogidsen, i-pods, computers, video's, digitale fototoestellen, GSM's, etc. in de route! Let op dat de bv's een diverse keuze maken: niet dat bekende idolen van allochtone afkomst zich focussen op 'typisch' allochtone thema's en een allochtoon publiek (en hetzelfde geldt ook voor autochtonen)! Moedig in elke route een 'cross-over' aan, door o.a. ook naar elkaar te verwijzen.
102. Maak van echt geïnteresseerde leerlingen ambassadeurs. Ga niet naar hen op zoek, maar zorg dat zij jou vinden, immers, ambassadeurs zijn jongeren die nu reeds regelmatig je museum binnenlopen en niet jongeren die je nog moet werven.
103. Erfgoed en musea zijn te duur! Dit is de perceptie van heel veel directies en leraars. Vooral het transport van en naar het museum wordt voor velen als een hoge financiële last ervaren. Met de maximumfactuur in het verschiet, waardoor scholen minder makkelijk een bijkomende financiële inspanning van de ouders kunnen vragen, zal dit probleem waarschijnlijk nog toenemen. Werk met vervoerfirma's en met stedelijke, provinciale en Vlaamse overheden interessante formules uit.
104. Hou rekening met de timing van een schooljaar! Themaweken, examenperiodes, vakanties; ze bepalen wel degelijk een schoolkalender. Daarnaast moet de inhoudelijke voorbespreking van thematische projecten vaak al het schooljaar voorafgaand aan de uitvoering ingepland worden. Willen scholen een financiële ondersteuning krijgen voor hun culturele projecten i.k.v. Dynamo 2, dan moet hun dossier al in mei ingediend worden.
105. Veel onderwijzsmensen uit Antwerpen hebben de indruk dat er een cultureel overaanbod is. Omdat op dit moment overzicht en coördinatie ontbreekt, is het vooral voor scholen die niets of weinig doen rond cultuur moeilijk om een 'juiste' keuze te maken. Maak je aanbod overzichtelijk! Bied samen met andere culturele spelers in Antwerpen een maand- en jaarprogramma aan dat onder verschillende criteria gegroepeerd is, bv. leeftijd, onderwerp... Kijk ook over het culturele muurtje. Een school op daguitstap in Antwerpen wil naast een museumbezoek ook lunchen in een goedkoop restaurant, een avontuurlijk stadsspel spelen, op bezoek naar een natuureservaat... Wijs hen de weg naar andere activiteiten, aanvullend bij jouw museumaanbod.  
(we kijken uit naar de cultuurdatabase voor het onderwijs die ontwikkeld wordt door de Provincie Antwerpen en de CANON Cultuurcel)
106. Erfgoed en stadsmusea hebben alles in zich om een 'hot item' te worden voor TSO/BSO/DBSO/KSO scholen (waar een link gemaakt kan worden met PAV, project algemene vakken). Maak er gebruik van: laat ze niet links liggen in de communicatie, benader ze persoonlijk, maak hun duidelijk dat cultuur breder is als kunst (wat hun meestal minder aanspreekt).
107. Tot nu toe lijkt het evident dat de scholen naar het museum komen, maar waarom zou een museum ook niet naar de school komen? Zeker voor scholen en leerlingen waar de drempel om naar een museum te

gaan nog te hoog ligt, zou dit een eerste kennismaking met erfgoed kunnen betekenen. Waarom zouden leerlingen niet hun eigen museum kunnen creëren, misschien zelfs samen met hun familie, vrienden en de hele buurt (vgl. concept 'Brede school')? De wisselwerking museum-school- museum heeft dan ook de bedoeling dat musea een stap buiten hun muren zetten en dat scholen/leraren/leerlingen gemakkelijker de weg naar het museum vinden.

108. Veel te vaak wordt het onderwijs gedegradeerd tot toeleider naar musea. Om meer betrokkenheid te creëren moeten het onderwijs en de musea meer in dialoog treden. Bouw een samenwerking op, die gebaseerd is op 'partnerships' voor scholen, leraren en leerlingen die zich willen engageren, die stappen willen zetten tot een meer individuele aanpak voor hun leerlingen, die willen meedenken over projecten en trajecten en die zich willen inzetten voor de praktische realisatie. Enkele voorbeelden: technische tentoonstellingsopbouw, onderhoud en restauratie van o.a. schepen, catering, maritiem lessen, onthaal en administratie, security, suppoosten, ...

CONCRETE VOORBEELDEN (omdat we het even niet konden laten):

1. De school kiest een aantal objecten uit het MAS en maakt samen met eigen (van thuis meegebrachte) objecten een tentoonstelling. Er wordt een hele werking opgezet rond (het thema van) de tentoonstelling.

2. Een school krijgt een boot ter beschikking van het MAS en wordt er 'peter/ meter' van! In de lessen algemene vakken gaan de leerlingen op zoek naar het verleden van die boot: wat was de functie, welke mensen hebben erop gewerkt, wat aten ze, waar zijn ze naartoe gevaren, welke economische functie had de boot ...? Daarnaast zijn er nog de technische aspecten: welk materiaal hebben ze gebruikt, welke navigatietechnieken en communicatiemiddelen bestonden toen al ...? Uiteraard is het ook de bedoeling dat ze heel praktisch aan de slag gaan om de boot te onderhouden en/of te restaureren. Deze werking kan de onderwijsvormen overschrijden, kan samenwerking op gang brengen tussen scholen en kan netoverschrijdend uitgewerkt worden.

Bovendien dienen zich leuke side-effects aan: een jaarlijkse 'bootrace of -parade' op de Schelde zou een leuk evenement zijn dat de uitdaging voor de scholen nog groter maakt. Of wat vinden de leerlingen van een 'boot-party' ipv. het jaarlijkse schoolfeestje in de sporthal?

3. Het restaurant en café in het MAS kunnen een samenwerking met hotelscholen uitwerken: zo kan op bepaalde momenten een MAS-menu op de kaart staan dat door jongeren bedacht en gemaakt is. Misschien is het ook een uitdaging voor de jonge koks om de catering van de openingsrecepties te verzorgen? Dit voorbeeld eist wel dat de toekomstige uitbaters van café en restaurant daarmee akkoord gaan en zich in zo een werking willen engageren. Laat dit een selectiecriteria zijn in de zoektocht naar mogelijke concessiehouders.

109. Heel wat jongeren uit de leeftijdsgroep 15-25 volgen ook les in het hoger of universitair onderwijs en in het volwassenenonderwijs (VDAB, Vormingplus, Steunpunt Tewerkstelling, JES,...). Ontwikkel met hen projecten op maat.
110. Geen jongerenwerking zonder een werking voor kinderen! De leeftijd vanaf 15 jaar, wat de doelgroep is voor dit aanbevelingsrapport, is voor het onderwijs erg artificieel: het onderwijs werkt met graden en dit zou betekenen dat het MAS met het 4de jaar, dus het 2de jaar van de 2de graad, zou starten! Geen enkele school acht het haalbaar om leerlingen pas vanaf 15 jaar de kans te geven om te participeren aan cultuur en de lagere graden niet! Om de dominante invloed van het opleidingsniveau/sociale afkomst en het cultuurgedrag van de ouders te verminderen is het noodzakelijk om heel erg vroeg en op een goede professionele manier met cultuureducatie in het onderwijs te beginnen. Een museale jongerenwerking bouwt best verder op een museale kinderwerking<sup>4</sup>.

4. Nagel, I., *Cultuurdeelname in de levensloop*, Thela Thesis, Amsterdam (2004).

## Quote

“Het zou uniek zijn als het restaurant en het café in het MAS samenwerkt met opleiding hotel/horeca en de leerlingen regelmatig de kans krijgen om hun kunnen te tonen.”

Vera VAN DER VINCK (Lerende Stad)

“Cultuur kan een belangrijke motor en hefboom zijn voor een gelijkekansenbeleid op een school.”

“Zeker het TSO/BSO/BuSO met hun vakoverschrijdende aanpak gaan in het MAS een interessante partner kunnen vinden.”

Anne APOSTEL  
(inspectrice onderwijs)

## GOOD PRACTICES

Museumnacht Antwerpen,  
Amsterdam...

Soirees van Amusee Vous

Vrijdagavondopenstelling van het  
Stedelijk Museum in Amsterdam

Het Parijse Centre Pompidou is dagelijks open van 11u tot 21u. Voor bepaalde tentoonstellingen zijn er op donderdag en vrijdag laatavondopeningen tot 23u.

## Quote

“Lange, ongewone openingsuren in het MAS zodat er bijvoorbeeld een nachtspel georganiseerd kan worden.”

Bart LENAERTS en Steven LEYDER  
(Stedelijk Jeugd Raad Antwerpen)

- 111. Het lijkt nogal evident: als je het onderwijs en leerlingen ‘warm’ wil maken voor kunst en cultuur, dan moet je beginnen bij de leerkrachten in opleiding. Eén van de knelpunten is de arbeidsintensiviteit van de samenwerking tussen de lerarenopleiding en de musea: de studenten moeten niet alleen overtuigd worden om voor erfgoed/musea te kiezen, ze moeten ook op een goede manier begeleid worden tijdens hun stage-/onderzoeks- en opleidingstraject. De lerarenopleidingen tonen op dit moment wel interesse en bereidheid om een module erfgoededucatie op te nemen in hun modulesysteem. Om deze formule te laten slagen is het dan ook noodzakelijk om goed na te denken over de invulling van het curriculum en de samenwerking met de musea.
- 112. Als het MAS als stadsmuseum een voortrekkersrol wil vervullen, dan is het zeker belangrijk dat het samen met andere musea, erfgoedinstellingen, de hogescholen en universiteiten (lerarenopleidingen, pedagogische, sociale, agogische en psychologische studies, richtingen geschiedenis, antropologie etc. binnen en buiten Antwerpen) investeert in onderzoek en methodiekontwikkeling rond musea en erfgoededucatie. Deze onderzoekssamenwerking start best zo snel mogelijk.
- 113. Schooldirecties en leerkrachten zijn te weinig vertrouwd met de mogelijkheden rond erfgoed en musea. Bouw (samen met de erfgoed- en onderwijssector) een degelijke navorming uit.
- 114. Faciliteer het didactisch gebruik van collectiestukken door leerkrachten. Zorg voor een spitante digitale ontsluiting, maak het mogelijk om stukken te ontlenen,... Laat niet toe dat hij/zij de volledige klasgroep in het MAS rondleidt i.k.v. een lesopdracht.
- 115. Het MAS kan een motor en inspirator zijn voor een nieuw programma voor Antwerpse stadsklassen. Horen originele overnachtingsmogelijkheden in (de buurt van) het MAS tot de mogelijkheden?
- 116. De opzet en ideeën rond ‘Brede school’ vertonen heel wat gelijkenissen met de project- en trajectwerking in vorm van ‘partnerships’ die het toekomstige MAS met het onderwijs beoogt. De stad Antwerpen is van plan om in de komende jaren de werking van deze 10 scholen nog verder uit te bouwen (gesteund door het nieuwe decreet van minister Anciaux). Welke rol kan het MAS spelen in het concept ‘Brede school’? Immers, het MAS is de plaats waar de geschiedenis van de Antwerpse wijken, scholen, volksfeesten en verhalen van de mensen die er wonen (materieel en immaterieel erfgoed) bewaard worden. Ook het idee dat het museum naar de scholen/wijken komt zit dicht bij de wisselwerking die het concept ‘Brede school’ nastreeft.
- 117. Ontwikkel een aanbod in het Nederlands, Engels, Frans en Duits. Het is voorspelbaar dat het MAS ook een aantrekkingskracht zal hebben op buitenlandse scholen.

## OPENINGSUREN

- 118. Het MAS moet vierentwintig uur op vierentwintig het bezoeken waard zijn. Van een vroeg ontbijt in het café, over een lange openingsdag in het museum, een avondfeest in het restaurant tot een nachtelijke beklimming tot het dakterras van waar(uit) je uitkijkt over Antwerpen.
- 119. Jongeren houden van mysterieuze (exclusieve) openingsuren. De avond kan betoverend zijn, de nacht magisch. Dagelijks het museum openhouden tot 20u is een minimum.

## Quote

“ Jongeren recycleren voortdurend stijlen uit het verleden. Alleen doen ze dat niet op de manier waarop musea dat doen. Het vreemde, het andere, het oude is wel interessant. De wereld van hun grootouders boeit hen omdat die zo abstract is voor hen. Retro en recycling zijn dan ook belangrijke raakpunten tussen musea en jongeren.”

Johan PAS (docent hoger kunst-  
onderwijs, auteur)

## Quote

“ Maak geen museumdok! Het dok moet een plaats zijn die leeft, waar voortdurend iets gebeurt. Iedereen gaat graag naar boten kijken. Het plein, het café en het terras kunnen de trekpleister worden voor heel de buurt.”

Johan PAS

## OUDERS

120. De invloed van de ouders op de cultuurparticipatie van kinderen is groot. Naast aantrekkelijke projecten voor kinderen en jongeren wint het MAS als het ook op ouders een grote aantrekkingskracht weet te ontwikkelen.
121. Binnen het gezin is de invloed van de moeder anderhalf tot twee keer zo groot op de cultuurparticipatie van het kind als die van de vader. Versterk je imago als museum bij moeders.
122. Richt je campagne nooit tegelijkertijd zowel op de ouders als op de jongeren. Wil je toch beiden bereiken, leg dan het zwaartepunt van de campagne op die van de jongeren en maak een afgeleide voor de ouders.

## PLEIN

123. Zorg dat het plein voor het MAS kan gebruikt worden voor evenementen. Maak het organisatoren gemakkelijk door een aantal faciliteiten nu reeds te voorzien: een groot aantal toiletten, elektriciteitsvoorzieningen voor klank en licht, een ruimte op het gelijkvloers van het MAS die als backstage en secretariaat kan gebruikt worden bij activiteiten op het plein, een vast afdak voor de mobiele bars...
124. Plaats drankautomaten op het plein en voldoende zitmeubilair. Koppel de concessie voor drankverkoop op het plein los van de concessie voor het café/restaurant van het MAS.
125. Jongeren claimen graag stukjes openbare ruimte. Ontken dit niet (of ze komen niet), maar creëer zelf geen uitgesproken plekken (als een skatepark). Mag je op het plein kamperen, kleine concertjes organiseren?
126. Zorg dat het plein in de passage ligt tussen twee stadswijken, dit verhoogt de passage. Geef de looprichting aan via architecturale ingrepen (vb. Museumplein Amsterdam).
127. Meisjes hebben in het publieke domein vaak een minderheidspositie. Voldoende afwisseling op het plein (zitbanken, kleine spelelementen, groen, subzones die ze zich met vrienden en vriendinnen kunnen toe-eigenen...) kan ervoor zorgen dat meisjes toch aarden op het plein.

## RESTAURANT

Zie Café/Restaurant

## SMAAK

128. Respecteer de culturele smaak van jongeren en werk een divers aanbod uit voor volgende vier smaakprofielen:

ALTERNATIEF	AMUSEMENT	VIRIEL	CULTUREEL CORRECT
rock, grunge, alternatieve gitaarmuziek, punk, hardcore, heavy metal, Vlaamse rock	hitparademuziek, house, schlagers	dance, techno, house, gabber	folk, wereldmuziek, jazz, blues, kleinkunst, klassieke muziek, rock, Vlaamse rock
Studio Brussel	Donna, Q Music Commerciële TV	Kanaal2, VT4	Eén, Canvas, regionale televisie
cultfilms, psychologische, sociale en politieke films	buitenlandse soaps, Vlaamse series, dateprogramma's	gevechtsfilms, science fiction, avonturenfilms, sportprogramma's	duiding, politieke films, Man bijt hond, cultfilms
zoeken sterk naar authenticiteit. Vinden ze in subculturen, in alternatieve muzieklabels,... Openheid voor de muziek van de ouders.	lezen Joepie, lifestylebladen, tv-bladen. Vrije tijd is plezier.	sterk gericht op eigen leeftijdsgenoten.	lezen Humo en Knack Gelijklopend smaakpatroon als hun ouders

## SUBCULTUREN

129. Jongeren geven niet makkelijk toe deel uit te maken van een subcultuur. Labels als “Johnny en Marina” en “yup” klinken negatief als het over jezelf gaat, maar worden graag gebruikt om anderen te labelen. Behalve de aanhangers van uitgesproken subculturen als punk en gothic, beschrijven jongeren zichzelf als “normaal” of als iemand tussen twee stijlen. Jongeren houden er niet van in hokjes te worden geduwd, ook al doen ze dit zelf graag met betrekking tot anderen. Stereotypen zijn uit den boze. Gebruik dan ook geen namen van subculturen —skaters, gabbers, alterno’s — in een communicatiecampagne. Het overgrote deel van de jongeren herkent er zich niet in en onthaalt een label negatief. Het “verhiphoppen” van het aanbod is fout. Blijf als museum trouw aan je opdracht. Subculturen kunnen wel als sociologisch fenomeen aan bod komen in het museum.

## TICKETPRIJS

130. “Cultuur? Da’s te duur, man!” is een veel gehoord argument als verklaring voor de non-participatie aan cultuur van jongeren. Overtuig hen van het tegendeel! Zet je jongerenkortingen duidelijk in de verf. Verberg ze niet in kleine lettertjes onderaan je flyer of in de marge van je poster. Kortingsystemen staan of vallen immers met de communicatie erover. Koppel aan je kortingskaart een nieuwsbrief, een affichecampagne, radiospots, een direct mailing. Zoniet levert je korting weinig op.
131. Verwacht geen wonderen van je jongerenkortingen. Een goedkoper aanbod stimuleert de niet-geïnteresseerden zelden om toch deel te nemen. Het zet eerder wel-geïnteresseerden aan om nog méér te participeren. Jongerenkortingen zijn eerder een bindmiddel dan een wervingsmiddel.
132. Het gratis maken van musea zorgt wel voor een spectaculaire stijging aan drop-in bezoekers die maar een korte tijd in het museum blijven en voor een frequenter bezoek van mensen uit de buurt<sup>5</sup>.
133. Kortingen blijven hun marketingwaarde behouden als ze jongeren telkens weer bevestigen in hun ‘anders’ zijn. Breng je jongerenkorting op smaak met een exclusief sausje. Geef nu eens een fikse korting aan alle jongeren met een baseballpet, dan weer aan tweelingen of meiden met een slecht schoolrapport. Het veralgemenen van jongerenkortingen ontnemt haar die exclusiviteit.
134. Mond aan mond reclame werkt. Zorg dat jongeren hun inkomkaartje voor het museum kunnen doorgeven aan vrienden, waardoor die nog een grotere korting krijgen. Je zet een ketting in gang van mensen die elkaar aansteken om langs te komen in het museum.

## VERZAMELBELEID

MAS Concepttekst 12-06-05: “De diversiteit van de collecties en de (nieuwe) missie vragen om een herdenken van het verwervingsbeleid. Dit impliceert verwerven én afstoten én mobiel stellen. Hiertoe zal een plan moeten worden ontwikkeld dat vertrekt vanuit de missie en bijgevolg geen belemmeringen hanteert naar aard van de voorwerpen of hun ouderdom. Ook hedendaagse kunst is — mocht eraan getwijfeld — een vanzelfsprekend actieterrein voor verwerving en integratie binnen het MAS. De verwervingspolitiek van een museum zal een afspiegeling zijn van het doel van het museum en de basis zijn voor de continue ontwikkeling van de museumcollectie. De beslissing om een object te verwerven hangt af van de kosten en de mogelijkheden om het op een goede manier te beheren. Een museum kan zijn geloofwaardigheid verliezen en een slecht imago krijgen door giften af te stoten, maar indien duidelijk en precies beargumenteerd binnen een

<sup>5</sup> Gombault, A., *Current practices in free admission to museums: an international perspective*, niet gepubliceerde nota, Ecole de Management, Bordeaux

**GOOD PRACTICES**

Verhalenbazaar, Stad Antwerpen: een oproep om beelden en verhalen over de stationsbuurt binnen te brengen in een voormalig snoepwinkeltje op het Astridplein. Dit leidde tot een succesvolle tentoonstelling over het verleden van de stationsbuurt.

helder en transparant verwervingsbeleid kan het noodzakelijk blijken. (...) Essentieel zal ook de inbreng zijn van het (betrokken) publiek.”

- 135. Besteed ruime aandacht aan objecten en verhalen die betekenisvol zijn bij jongeren.
- 136. Geef jongeren een stem in het algemeen verzamelbeleid, maar laat hen ook per tentoonstelling een oordeel vellen over de aanwezige objecten.
- 137. **Maak een kringloopwinkel op het plein voor het MAS en zet een afvalcontainer.** (Jonge) mensen kunnen af en toe met eigen objecten langskomen die ofwel in het museum belanden, in de kringloopwinkel of in de afvalcontainer. Dit stimuleert het debat over erfgoed. Welke criteria hanteren musea? Welke een kringloopwinkel? Tweedehandsspullen zijn erg populair bij jongeren!
- 138. Gebruik het digitaal platform om overtollige of uitgerangeerde objecten per opbod te verkopen.
- 139. Zet af en toe een tentoonstelling op die permanent wisselt op basis van argumenten van jongeren. Jongeren kunnen objecten wegstemmen (die dan ook meteen — ritueel — worden verwijderd) en objecten uit het depot wél tentoonstellen.
- 140. Vraag kunstenaars om nieuwe betekenissen aan objecten toe te voegen. Het kan gaan om schrijvers, videasten, installatiekunstenaars, theatermakers...
- 141. Zowat elke jongere heeft wel van iets een kleine of grote verzameling. Haak in op verzamelpatronen bij jongeren.

**VIRTUEEL**

Zie: Nieuwe media

**VRIENDEN**

- 142. Zeker voor 14, 15 en 16-jarigen zijn vrienden erg belangrijk. Jongeren vertonen weinig gedrag dat hun afkeuring geniet. Voor deze leeftijdsgroep is het zinvol programma's te ontwikkelen waar ze samen met hun vrienden naar toe kunnen. Bijvoorbeeld door het promoten van een tentoonstellingsbezoek als een groepsevent. Met het ouder worden stellen jongeren zich onafhankelijker op van hun vrienden.

**VRIJWILLIGERSWERK**

- 143. Creëer een gevarieerd aanbod aan vrijwilligerswerk. Beperk dit niet tot de louter uitvoerende routineklussen.
- 144. Verwacht geen langlopend engagement, maar ga voor het projectmatige, zodat jongeren ook resultaat zien van hun inspanningen.
- 145. Voorzie een onkostenvergoeding voor jongeren die zich als vrijwilliger inzetten voor het museum: beltegoed, tram- en treinkaartjes... Veel jongeren moeten vaak bijverdienen en kunnen zich vrijwilligerswerk financieel niet permitteren.

**GOOD PRACTICES**

Imagine Identity and Culture is een project in de Amsterdamse Bijlmer. Image IC verzamelt persoonlijke geschiedenissen en presenteert deze in audiovisuele en digitale producties. Imagine IC is er voor iedereen, in het bijzonder voor eerste generatie migranten en jongeren van diverse culturele achtergrond.

**WIJKWERKING**

Voor jongeren is de buurt waarin ze leven een erg tastbare sociale entiteit. Projecten die vertrekken vanuit die buurt genereren veelal een grote betrokkenheid.

- 146. Zet regelmatig wijkgerichte jongerenprojecten op.





# Bijlagen

## I. ACTIVITEITENOVERZICHT MAART – DECEMBER '06

(Diana Herz, Klaartje Brouns, Lieve Willekens)

### MAART 2006

- Kennismaking met schepen van onderwijs en cultuur Robert Voorhamme en zijn medewerkers
- Kennismaking met collega's van het MAS en anderen uit de Antwerpse museumsector (in het Hessenhuis)
- Introductie MAS door Carl Depauw
- Vergaderingen rond organisatie en visie: Klaartje, Lieve, Diana en Franky (team)
- Verkenning met de publieksdienst van de Antwerpse Musea (Nele Vervoort)
- Kennismaking en eerste vergadering met stuurgroep
- Rondleiding МУНКА
- Literatuurstudies
- Startnota schrijven

### APRIL 2006

- Bezoek project van Studio Villanella Kammenstraat
- Rondleiding Volkskunde- en Scheepvaartmuseum + depots door Jef Vrelust
- Vergadering met Maarten Caestecker, Arno Arnouts en Kris Van Bouchout van de Antwerpse jeugdinst
- Gesprek met Debbie Degeeter en Tom Ollivier (jeugdinst Hof ter Loo, studentenzaken)
- Gesprek met Kaat Van Den Audenaerde (Nationale Jeugdraad)
- Gesprek met Jan Staes (CANON Cultuurcel)
- Startnota 'MAS in jonge handen' schrijven en publiceren
- Erfgoeddag
- Gesprekken met Amusee Vous en Tapisplein
- Vergadering met alle cultuureducatieve medewerkers van Antwerpen
- Teamvergaderingen
- Literatuurstudies

### MEI 2006

- Bezoek 'Kult op Kot'
- Gesprek met Karel Hermans (cultuurbeleidscoördinator Antwerpen)
- Gesprek met Ladda vzw
- Bezoek depot Kaai 20
- Gesprek met Lotte ten Voorde
- Bezoek 'Gamezone' in De Singel
- Gesprek met Bart Cassauwers (verantw. jeugdcultuur JES)
- Gesprek met Anne Bamfort (directrice Visual Arts, auteur 'Wouw factor')
- Gesprekken met
- Debbie Degeeter en Tom Ollivier (Jeugddienst)
- Emmy Proost (Lerende stad)
- Vera Van der Vinck (Lerende stad)
- Bart Van Dijk (directeur school)
- Rita Huysmans (leerkracht)
- Hedwige Lefeber (directrice Marco Polo)
- Annemie Geerts en Daan Simons (De Veerman)
- Samenstellen en eerste samenkomst met jongerengroep
- Werkbezoek
- 'In Flanders Fields' - Ieper
- 'Huis van Alijn' - Gent
- 'Jüdisches Museum' - Berlin
- 'Onderwijscafé': infodag over cultureel aanbod voor het onderwijs (organisatie: Lerende Stad)
- Gesprek met Het Paleis
- Gesprek met Villanella
- Teamvergaderingen
- Literatuurstudies

### JUNI 2006

- Gesprekken met jongerengroep
- Campagne voorbereiden
- Gesprek met Eddy Duquenne (Kiel project)
- Vergadering met 'Oude Expertengroep'
- Gesprek met use-it
- Vergadering stuurgroep

- Gesprek met Tijn Bosschuyt en Daan Simons (De Veerman vzw)
- Vergadering Cultuurantennes
- Gesprekken met
- Arne Van Petegem (directeur TRIX)
- Bart Rooms (Piazza dell' Arte)
- Dirk Verbist (KIDS)
- Jan Verstraeten (KAVKA)
- Johan Leman
- Vergadering met Antwerpse stadswerkers
- Vergadering met Stedelijke Jeugdraad
- Gesprek met Jef Vrelust en Mandy Nauwelaerts (conservatoren MAS)
- Expertengesprek: Tarik Fraihi (filosoof, Spa. studiedienst)
- Vergadering met Kerngroep Jeugdwerk
- Studiedag: 'Dag van de cultuureducatie' Den Haag
- Gesprekken met
- Leen Thielemans (De Warande Turnhout)
- Veerle Hendrckx (Plantijn HS)
- Patrick Jordens (ABC)
- Paul Bonner (OLVA)
- Teamvergaderingen
- Literatuurstudies

### JULI 2006

- Campagne ontwikkelen i.s.m. Design is Dead
- Gesprek met Koen Van de Merckt (ARKTOS)
- MAS staf
- Gesprekken met
- Eveline Wouters, Ilse De Naeyer en A. Akhaudaf (Atlas)
- Guy Mertens (Openluchtwerking Lerende stad)
- Jef Vrelust (MAS)
- Duo-gesprek met Dirk De Lathauwer (theatermaker) en Koen Vanmechelen (kunstenaar)
- Werkbezoek:
- Amsterdams Historisch Museum: GRAS-project
- Imagine Identity and Culture, Amsterdam: Evelyn Raat
- Vergadering Stuurgroep
- Gesprek met Marc Jacobs (directeur VCV)
- Gesprek met Dirk De Wit (directeur IKB)
- Teamvergaderingen
- Literatuurstudies

### AUGUSTUS 2006

- Campagne ontwikkelen i.s.m. Design is Dead
- Jongerengroep
- Gesprek met Veronique Philips (Stichting P&CV)
- Artikel MAS-nieuwsbrief
- Duo-gesprek met Richard Anthone (filosoof) en Jan De Zutter (Kunsthistoricus)
- Gesprekken met
- Cathy Pelgrims (Publiekswerking MAS)
- Anne Apostel (Inspectrice onderwijs)
- Birgit Reusens (leerkracht en vakverantwoordelijke geschiedenis)
- Hanneke Pauwe en Arlette Van Overtveld (theatermaaksters)
- Serge Coppens (lerarenopleiding KdG)
- Werkbezoek:
- Centraal Museum Utrecht, Junior Commissie: Sigrid Noordijk
- Museum Jan Cunen, Oss
- Forum opstarten en 'online' brengen
- Bezoek Cultuurmarkt, Erfgoedplein
- Teamvergaderingen
- Literatuurstudies

### SEPTEMBER 2006

- Campagne onderhandelingen en voorbereidingen + aflassing
- Forum online
- Gesprek met mensen van Verhalenbazaar
- Gesprek met de erfgoedcel Antwerpen
- Vergadering Stuurgroep
- Gesprek met Vic Mees en Annemie Kortvriend (Antwerpen Averechts)
- Buurtfeest MAS
- Eerste Steenlegging MAS
- Gesprekken met

- Rachid Atia (Diversiteitsmedewerker stad A)
- Najib Chakouh (KdG)
- Öztürk Taspınar (Staatsecretaris)
- Mohammed Ikoubaan (Mousseem)
- Krist Biebaw (Cultuur lokaal)
- Mesut Arslan (regisseur)
- Ludo Abicht (filosoof)
- Studiedag: 'Met hoeveel maten meten wij?' (Cultuurlokaal, studiedag over interculturaliteit in de culturele sector)
- Gesprek met Isjah Koppejan en Elisabeth Wiessner (Erfgoed Actueel, Amsterdam)
- Voorstellen 'MAS in jonge handen' op Antwerpse Onderwijsraad
- Deelname МУНКА Museumnocturne voor het onderwijs
- Gesprek met KLIO: studenten geschiedenis UA
- Duo-gesprek met Hanneke Paauwe (theatermaakster), Gina De Vos (psychologe) en Luc Meert (lector lerarenopleiding KHLim)
- Gesprek met Sigrid Van der Auwera (leerkracht en onderzoekster erfgoed en onderwijs UA)
- Gesprek met Marc Brants en Philippe Demoulin (Havencentrum Lillo)
- Teamvergaderingen
- Literatuurstudies

## OKTOBER 2006

- Studiedag: 'Erfgoededucatie in Secundair Onderwijs' van Hereduc in Brussel
- Vergadering met 'Oude Expertengroep'
- Vergadering met publiekswerkers stedelijke musea Antwerpen
- Gesprekken met
- Kristien De Weerd (projectleidster STAM) in Gent
- Micha Blutds (Guerilla vzw)
- Hanne Hagenaars (hoofdredactrice Motleg)
- Geert Vanhorenbeeck (ITC Antwerpse Musea)
- Gail Durbin
- Gesprekken met jongerengroep
- Bezoek Soiree in KMSK Antwerpen
- Masterclass 'Virtuele cultuurparticipatie'
- Studiedag 'Virtuele Cultuurparticipatie'
- Vergadering met Paul Neefs, Lieve Van Cauwenberge, Veerle Anthonis
- Bezoek Palais de Tokyo, Parijs
- Duogesprek met Robert Crivit (coördinator straatboekwerk Antwerpen) en Manuela van de Perre (moeder van tieners)
- Werkbezoek:
- Ename Expertisecentrum voor Erfgoedontsluiting: Jean-Luc Putman
- Voorstellen 'MAS in jonge handen' aan studenten KdG, richting Sociaal Cultureel Werk
- Vergadering met jeugdprogrammatoren van de Antwerpse CC's en Permeke Bib
- Projectdossier Vlaamse Gemeenschap
- Gesprekken met
- Jan Depraetere (Graadcoördinator school)
- Karin Heremans (directrice Kon. Atheneum))
- An Van Hout en Bruno De Loght (Culturele dienst UA)
- Dirk De Corte (Directeur NTGent)
- Belgiz Polat en Alia Karyouth (ondersteuningsdienst allochtone jongeren Borgerhout)
- Ibrahim Anaz (Academie Stuyvenbergplein)
- Mustapha Sarroukh (allochtone leerlingenbegeleiding)
- Mieke Bellens (leerkracht en Provinciaal Coördinator Jeugd & Muziek)
- Veerle Desimpelaere (Culturele dienst KdG)
- Bruno Lamelyn (Leerkracht, educatief adviseur, Europ. Projecten)
- Teamvergaderingen
- Literatuurstudies

## NOVEMBER 2006

- Vergadering met allochtone verenigingen en vertegenwoordigers van KdG Hogeschool
- Introductie Bart Van Herten (coördinator Cultuurbeleid Vlaanderen) in het Vlaamse Cultuurbeleid
- Bezoek documentatiecentrum Culturele Biografie
- Gesprekken met

- Hilde Schoefs (stafmedewerkster VCV, oraal en immaterieel erfgoed)
- Katrijn D'Hamers (stafmedewerkster VCV, communicatie ITC)
- Cynthia Schenkels (coördinator bij Liefhebber)
- Stefaan Kolgen (specialist nieuwe media) en Ann Laenen (cultuur- en communicatiedeskundige)
- Els Wyninckx (Permeke Bib)
- Werkbezoek:
- Nationaal Jenevermuseum
- Gallo-Romeins Museum Tongeren en gevangenis
- Amsterdam's Historisch Museum
- Dolhuys Haarlem
- Mind The Gap, Amsterdam
- Gesprek met Kabinet Heylen
- Vergadering Stuurgroep
- Duo-gesprek met Dominique Willaert (psycholoog en Victoria Deluxe) en Marc Colpaert (journalist en docent)
- Teamvergaderingen
- Literatuurstudies

## DECEMBER 2006

- Teamvergaderingen: Trefwoorden eindverslag verdelen en bespreken
- Teksten voor eindverslag schrijven
- Studiedag 'Making Sense in the City'
- Vergadering Stuurgroep
- Met Jongerengroep: bezoek aan West-Hinder + afscheid
- MAS staf
- Bezoek presentatie project 'xx-MAS' op Marco Polo school
- Duo-gesprek met Johan Pas (kunsthistoricus, docent en educatief adviseur МУНКА) en Steven Wouters (Coördinator Antwerps Cultuurbeleid, jeugdwerk)

## 2. LITERATUURLIJST

## BOEKEN

- Abram, I. en L. Van Der Linden, *Handleiding interculturele leer-routes*, Nederlandse Museumvereniging (2003)
- Boschma, J. en I. Groen, *Generatie Einstein, slimmer, sneller en socialer - Communiceren met jongeren in de 21de eeuw*, Prentice Hall/ Pearson Education Benelux (2006)
- De Schaeppdrijver, S., *Gent: Een stadsmuseum in Vlaanderen. Enkele voorstellen voor het Bijlokesmuseum*, Gent (2000)
- De Troyer, V. (eindred.), *Erfgoed in de klas, Een handboek voor leerkrachten*, Hereduc, Heritage Education, Garant, Antwerpen – Apeldoorn (2005)
- De Vrede, M. (red.), *BLAUWDRUK, Vier musea en social inclusion*, Museumsvereniging/ Cultuurnetwerk Nederland, Amsterdam (2005)
- De Vries, A. (eindred.), *Cultureel Goed! Underground Theory 2004*, Stichting InterArt, Arnhem (2004)
- De wereld in? De weg naar cultuurgebaseerd onderwijs*, Zcala/Johan de Witt College, Valerius pers Den Haag (2004)
- Denis, S., *Erfgoed Publiek - Publiek Erfgoed. Erfgoed en Publieksoentluiting*, Politeia, Brussel (2005)
- Devos, F., *Ambrassadeurs, over jongeren, cultuur en communicatie*, CultuurNet Vlaanderen, Brussel (2004)
- Devos, F., *Jong & Grijpbaar, handboek voor culturele jongerenmarketing*, International Theatre & Film Books, Amsterdam (2005)
- Dickman, S., *Audience Research made easy*, Arts Victoria & Australia Council, Melbourne (2005)
- Dillemans, R. & A. Schramme (red.), *Wegwijs cultuur*, Davidsfonds Leuven (2005)

Erf, Verslag Colloquium over jongeren en erfgoed in Vlaanderen, vzw Erfgoedjongeren Brugge Brugge (2002)

Gielen, P., *Een kleine dramaturgie voor een artefactenstoet omtrent Gent, cultuurstad*, Gent (2000)

Laermans, R., J. Lievens, H. Waeghe (red.): *Cultuurkijker, Aanzetten voor cultuuronderzoek in Vlaanderen*, in opdracht van steunpunt re-creatief Vlaanderen, De Boeck, Antwerpen (2003)

Morbee, A., *Koken met Cookies, Handleiding voor het opzetten van een kunsteducatief erfgoedproject in secundaire scholen*, in opdracht van De Veerman (2006)

Nauwelaerts, M., *De toekomst van het verleden. Reflecties over geschiedenis, stedelijkheid en musea*, Antwerpen (1999)

Pelleriaux, K. (red.) *Beter samen? Denk- en doepistes voor een toegankelijk jeugdwerk in Vlaanderen, Brussel en Wallonie*, Acco Leuven, Voorburg (2005)

Pinxten, R., *De artistieke samenleving. De invloed van kunst op de democratie*, Houtekiet, Antwerpen (2003)

Soenen, R., *Het kleine ontmoeten. Over het sociale karakter van de stad*, Garant, Antwerpen (2006)

Thielemans, S., *Het gebeugen van een stad. Vierstedenworkshop Stadsmusea*, Gent – Bijlokemuseum 23-24 nov. 2000, Gent Cultuurstad vzw (2000)

Verhoeven, E., *Etnografische Musea: Antropologie in uitvoering*, Eindverhandeling Departement Sociale en culturele antropologie, KUL (2004)

## STUDIERAPPORTEN / DECRETEN

*Aanbevelingen van de adviesgroep CULTUUR/ ONDERWIJS/ VRIJE TIJD 2002-2004*, opdracht CANON Cultuurcel

*Allochtonen en musea*: 22 september 1993 Vereniging Museumcontact Amsterdam en Interculturaliteit Amsterdamse Hogeschool voor Kunsten

Stad Antwerpen, *Jong en (ge)wild. Jeugdwerkbeleidsplan 2005-2007*, Jeugddienst stad Antwerpen

Stad Antwerpen, *Jaarplan 2006*, Jeugddienst stad Antwerpen

Stad Antwerpen, *Cultuurbeleidsplan 2003-2007, Antwerpen als culturele en artistieke biotoop*, Cultuurbeleidscel Antwerpen

Stedelijke Jeugdraad Antwerpen, *JNGR ZKT ... Memorandum 2006-2012*, Antwerpen (2006)

Decreet Vlaams Jeugdbeleid van 7 juni 2002

Stad Antwerpen, *sport en cultuur, coördinatie cultuur en communicatie, Cultuurbeleidsplan Antwerpen 2003-2007. Een oefening in stedelijkheid*, Antwerpen, 3e druk, s.d.

Stad Antwerpen, *marketing en communicatie (red)*, Cultureel jaarboek 2005, Antwerpen, s.d.

District Antwerpen, *Cultuur, Actieplan 2006, Uitvoering Cultuurbeleidsplan 2003-2007 'Een wijkgerechte aanpak'*, Antwerpen, s.d.

Berendse, M., *De boom is leeg* (Kunst en educatie in Museum Jan Cunen, Oss), doctoraalscriptie kunstgeschiedenis, Universiteit Utrecht (1998)

De Bruyne, T., *Jongeren en interactieve media. Nieuwe media, nieuwe goden*, i-merge (<http://i-merge.net>), Studiedag apestaartjaren Gent, 8 maart 2006

De Wit, D. en Esmans D. (red.), *E-cultuur. Bouwstenen voor praktijk en beleid*. Vlaams Ministerie voor Cultuur, Sport, Jeugd en Media, Brussel (2006)

De Witte, H., J. Hooge, L. Walgrave (red.), *Jongeren in Vlaanderen: gemeten en geteld*, Universitaire Pers, Perstekst, 360 p., Leuven (2000)

Edubell, *Regio Antwerpen, Resultaten van de proeffase van een beoefstedetectie 2003*, Ontwikkelen en testen van een methodologie voor detectie van educatieve behoeften, onderzoekers: Dr. Frank Cockx, Sofie Van der Meersche, Sofie Verhoeven

*Een gedeelte verantwoordelijkheid*, Dep. Onderwijs/ Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap

Hermes, M., *Musea in een multiculturele maatschappij*

*Het Vlaamse Onderwijslandschap in een notendop*, onderwijs in Vlaanderen (2001)

Hoksbergen, C. en S. Van Der Velde, *Gekleurd museumbezoek in praktijk*, evaluatieonderzoek, Faculteit Cultuurwetenschap, Universiteit Maastricht 2001

*Inspiration, Identity, Learning: The value of Museum*, 2003-2004: National/Regional Museum Education Partnerships, Universiteit of Leicester

Lippens, A., *Het museum: ook een plek voor jongeren?*, paper 'kunst en cultuur in de 21e eeuw: een herbronning', s.l., Academiejaar 2000-2001

*Museum aan de Stroom*, Een concepttekst voor het Museum aan de Stroom als basis voor de beleidsnota, Antwerpen, 12 juni 2005

Nagel, F. A., *Cultuurdeelname in de levensloop*, doctoraalscriptie Universiteit Utrecht (2004)

Nulens, G. en Michiels, K., *Virtuele participatie*, SMTT/IBBT Vrije Universiteit Brussel.

Pinxten, R., *De Krook*, Kunstenforum van de Vlaamse Gemeenschap, vzw Forum Vlaamse Regering Decreet houdende de organisatie en subsidiering van een cultureel erfgoedbeleid 2004

Prieckaerts, M., *Verlangen naar de eindeloze zee, onderzoek naar de effecten van cultuureducatie in het primair onderwijs op de cultuurbeleving van leerlingen*, Universiteit Maastricht, Faculteit Psychologie, opleiding onderwijswetenschappen (2005)

Ranshuysen, L., *'Voorstellen vanuit het beoogde publiek' voor het nieuwe stadsmuseum Gent*, (2005)

Simons, E., *Basisbundel/ Servisdocument Secundair Onderwijs*, (april 2004)

*Smakers, jongeren en cultuur 2004*, opdracht van afdeling Jeugd en Sport en CJP (2005)

Smith, W. en F. Stevens, *Maatschappelijke participatie van jongeren*, rapport 2005 in opdracht van steunpunt re-creatief Vlaanderen

Snoeck, K., *Communicatieplan – ClubCultuur*, stageopdracht 2005-2006 voor Pienternet

Ten Voorde, L., *Jong & Genadeloos*, Stage- en onderzoeksverslag eindexamen publieksbegeleiding, Reinwardt Academie, Amsterdam - Antwerpen, 2006

Thielemans, S., *Toegankelijke musea & bereikbaarheid erfgoed, musea, bewaarbibliotheken en erfgoed stad Antwerpen* (7 september 2006)

Tiggelovend, I., *Etnocommunicatie, Communiceren met een mul-*

*ticultureel publiek*, Verbal Vision vzw in opdracht van de Cel Gelijke Kansen van de Vlaamse Gemeenschap en met steun van de Provincie Antwerpen (2005)

Vandercammen, M., *Jongeren en informatietechnologie*, OIVO, Brussel (oktober 2003)

Van Dominck, R., *Jongeren in de MuHKA: Kunsteducatie en –participatie?* Eindverhandeling Sociaal Hoger Onderwijs (2001)

*Villa Futura*, cursus erfgoededucatie

Vos, I., *Cultuurparticipatie en maatschappelijk kwetsbare groepen*, opdracht van CultuurNet Vlaanderen (2003)

*Werkgroep Doelgroepenbeleid cultuur, sport en recreatie*, aanbevelingsnota doelgroepen-communicatie, Antwerpen (juli 2006)

## ARTIKELS, ESSAYS

Alkema, J., *De kunsteducator in spagaat*, in: Museumvisie 2005/3

Cools, J., *Is erfgoed wel meer dan geschiedenis?*, CBV Cahier 5/2006 Culturele Biografie Vlaanderen

Cools, J., *De relatie van de stad met haar museum: complex en veelzijdig*, in: In Situ. Stedelijkheid en stadsmusea, Volume 2, Culturele Biografie Vlaanderen vzw, Antwerpen (2004)

De Munck, B., *Geschiedenis is meer dan erfgoed*, De Standaard Online (21 april 2006)

Elias, W. en E. Duquenne, *Cultuur en Onderwijs, een dialoog uit het absurd theater?*

Gielen, P., *In de schaduw van het beden*, in: Erfgoed in breedbeeld, nr. 3, E>16:9, 9 - 13 (2004)

Huizinga, J., *Het historisch museum*, in: Erfgoed in breedbeeld, nr. 3, E>16:9, 43 - 51 (2004)

Jacobs, I., K. Ribbens, *Geschiedenis is van iedereen*

Jacobs, M., *Cultureel Erfgoed*, Een beleidsbrief in perspectief, in: Mores 2 (2001)

Lippens, A., *Het museum: Ook een plek voor jongeren?*, (2000-2001)

Laermans, R., I. Vos & P. Gielen, *Erfgoedeffecten*, Working Paper 2002-2004 Steunpunt recreatief Vlaanderen

Mortelmans, D., V. Van Assche, W. Ottoy, *Fijngebakt en voor u opgediend: tieners en vrije tijd*, een onderzoek van UIA, in opdracht van de Stedelijke Jeugdendienst Antwerpen (april 2002)

Smets, L., *De prijs van mosselen. Het topstukkendecreet*, Culturele Biografie, Vlaanderen vzw

Steen, I., *Waarde(n) van erfgoed*, (2006)

Thone, A., *Verzamelen, schenken en afstoten*, Concepttekst Voor het museum gewonnen, Hessenhuis, Antwerpen (2002-2003)

UNESCO Vlaanderen Cultureel Erfgoed, *Het verleden van de toekomst*, www.unesco.org, Brochure (2003)

Verpoest, L., *Uitkijk en inzicht: stadsmusea vandaag*, in: In Situ. Stedelijkheid en stadsmusea, Volume 2, Culturele Biografie Vlaanderen vzw, Antwerpen (2004)

Verschaffel, B., *Over de tijd van de stad: geschiedenis of berijning*, in: In Situ. Stedelijkheid en stadsmusea, Volume 2, Culturele Biografie Vlaanderen vzw, Antwerpen (2004)

## INTERNETSITES

*onderwijs*  
[www.ond.vlaanderen.be](http://www.ond.vlaanderen.be)  
[www.antwerpen.be](http://www.antwerpen.be) – onderwijs (Lerende Stad, PINA-18/integratie)  
[www.studiewijzer.antwerpen.be](http://www.studiewijzer.antwerpen.be)  
[www.hiva.be](http://www.hiva.be)  
[www.bredeschool.nl](http://www.bredeschool.nl)  
[www.oberon-o-a.nl](http://www.oberon-o-a.nl)  
[www.studycool.be](http://www.studycool.be)  
[www.klasse.be](http://www.klasse.be)  
[www.maks.be](http://www.maks.be)  
[www.pienternet.be/ILO](http://www.pienternet.be/ILO) (Steunpunt Intercultureel Onderwijs)

*alloctonen*  
[www.antwerpen.be/atlas](http://www.antwerpen.be/atlas)  
[www.antwerpen.be/integratie](http://www.antwerpen.be/integratie)

*cultuur*  
[www.wvc.vlaanderen.be/regelgevingcultuur](http://www.wvc.vlaanderen.be/regelgevingcultuur)  
[www.vlaanderen.be/cultuur](http://www.vlaanderen.be/cultuur)  
[www.re-creatievlaanderen.be](http://www.re-creatievlaanderen.be)  
[www.cultuurnet.be](http://www.cultuurnet.be)

*databank sociale planning Antwerpen*  
[www.dspsa.be](http://www.dspsa.be)

*erfgoed, musea, cultuur, jeugd*  
[www.allemaalanders.be](http://www.allemaalanders.be)  
[www.amusevous.be](http://www.amusevous.be)  
[www.bimbam.be](http://www.bimbam.be)  
[www.culturelebiografie.be](http://www.culturelebiografie.be)  
[www.cultuurnetwerk.nl](http://www.cultuurnetwerk.nl)  
[www.cultuurplein.nl](http://www.cultuurplein.nl)  
[www.enamecenter.org](http://www.enamecenter.org)  
[www.erfgoedactueel.nl](http://www.erfgoedactueel.nl)  
[www.erfgoedklassen.be](http://www.erfgoedklassen.be)  
[www.geheugenvannederland.nl](http://www.geheugenvannederland.nl)  
[www.geheugenvanoost.nl](http://www.geheugenvanoost.nl)  
[www.hereduc.be](http://www.hereduc.be)  
[www.jeugd.antwerpen.be](http://www.jeugd.antwerpen.be)  
[www.jeugdwerk.be](http://www.jeugdwerk.be)  
[www.jeugdwerknet.be](http://www.jeugdwerknet.be)  
[www.use-it.be](http://www.use-it.be) of [www.hondsjarren.be](http://www.hondsjarren.be)  
[www.idzo.nl](http://www.idzo.nl)  
[www.ijsfontein.nl](http://www.ijsfontein.nl)  
[www.meertens.nl](http://www.meertens.nl)  
[www.mores.be](http://www.mores.be)  
[www.paj.be](http://www.paj.be)  
[www.provant.be/vrije\\_tijd/jeugdwerk](http://www.provant.be/vrije_tijd/jeugdwerk)  
[www.steunpuntjeugd.be](http://www.steunpuntjeugd.be)  
[www.stichtinginterart.nl](http://www.stichtinginterart.nl)  
[www.symbiose-ic.net](http://www.symbiose-ic.net)  
[www.tapisplein.be](http://www.tapisplein.be)  
[www.thuisindestad.be](http://www.thuisindestad.be)  
[www.tplakt.be](http://www.tplakt.be)  
[www.unesco.org](http://www.unesco.org)  
[www.vcv.be](http://www.vcv.be)  
[www.volkscultuur.nl](http://www.volkscultuur.nl)  
[www.vfj.be](http://www.vfj.be)  
[www.wvc.vlaanderen.be/erfgoed](http://www.wvc.vlaanderen.be/erfgoed)  
[www.16plus.be](http://www.16plus.be)

## NOG INTERESSANT OM TE RAADPLEGEN

Adriaenssens, I. (eindred.), *Alledaags is niet gewoon*, Reflecties over volkscultuur en samenleven, Koning Boudewijnstichting (2002)

Bennis, H., *Een buurt in beweging: talen en culturen in het Utrechtse Lombok en Transvaal*, Amsterdam Aksant (2002)

Gielen, P. & R. Laermans, *Cultureel Goed. Over het nieuwe erfgoedregiem*, Leuven (2005)

Jokövi, DR. M.E., *Recreatie van Turken, Marokkanen en Surinamers in Rotterdam en Amsterdam*, Alterra-rapport 003, Wageningen (2000) <http://www2.alterra.wur.nl/Internet/Modules/pub/PDFFiles/AlterraRapporten/AlterraRapport3.pdf>

Jokövi, Dr. M.E., *Vrijtijdsbesteding van allochtonen en autochtonen in de openbare ruimte*, Alterra-rapport 295, Wageningen (2001) <http://www2.alterra.wur.nl/Internet/Modules/pub/PDFFiles/AlterraRapporten/AlterraRapport295.pdf>

Kirschenblatt – Gimlett, B., *Destination Culture, Tourism, Museums, and Heritage*, University of California Press, California (1998)

Nespoli, T. & A. Odding, *Het gedroomde museum, O dubbel d*, Den Haag (2004)

Van der Laarse, R. (red.), *Bezeten van vroeger. Erfgoed, identiteit en musealisering*, Het Spinhuis, Amsterdam (2005)

Cultuurtijdschrift voor etnologie

Rapport cultuurspreiding. Een inventaris van musea, galerieën, amateurkunstgroepen en jeugdwerkinitiatieven van Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap

### 3. LIJST MET GEINTERVIEWDE MENSEN

#### ANDERE

- Edwin Jacobs (voormalig directeur van het Jan Cunen Museum, nu freelance medewerker bij o.a. de Pont in Tilburg)
- Ludo Abicht (filosoof)
- Richard Anthone (filosoof)
- Jan De Zutter (kunsthistoricus en raadgever Steve Stevaert)
- Marc Colpaert (filosoof/docent interculturaliteit)
- Dirk De Lathauwer (Artistieke leider FABULEUS)
- Gina Devos (Psychologe)
- Johan Pas (docent hoger kunstonderwijs, auteur)
- Hanneke Pauwe (schrijfster/theatermaakster)
- Koen Vanmechelen (beeldend kunstenaar)
- Dominique Willaert (psycholoog en Victoria Deluxe)
- Robert Crivit (coördinator straathoekwerk)
- Sigrid van der Auwera (onderzoek: erfgoed en onderwijs UA)
- Mieke Bettens (Provinciaal coördinator Jeugd & Muziek Antwerpen)
- Babette Cooijmans (educatief medewerkster KMSK)
- Bruno Lamelyn (Educatief adviseur Groeninge Museum Brugge en PMMK Oostende, Coach Europees leerlingenproject rond erfgoed, Artherapie)
- Bart Van der Hertem (coördinator cel voor cultuurbeleid Vlaanderen)
- Dirk De Corte (voormalig directeur NTGent)
- Cynthia Schenkels (coördinator Liefhebber)
- Joris Rossie (Cultuurnet, nu: CJP)

#### ETNISCH-CULTURELE DIVERSITEIT

- Tarik Fraihi (filosoof)
- Mesut Arslan (regisseur en artistiek leider 0090-festival)
- Gerardo Salinas (staffid Arenberg-schouwburg)
- Rachid Atia (diversiteitsmedewerker stad Antwerpen)
- Najib Chakouh (docent Sociaal Agogisch Werk, KdG)
- Öztürk Taspınar (staatssecretaris Duurzame Ontwikkeling en Sociale Economie)
- Mustapha Sarroukh (leerlingenbegeleiding allochtone jongeren)

- Krist Biebauw, Angelo de Simon, Patrizia Zaroni (Cultuur Lokaal)
- Mohammed Ikoubaan (artistiek leider Moussemfestival)
- Ibrahim Anaz (Academie Stuyvenbergplein: programma voor allochtone jongeren/onderwijssteuning: Arslan Semih)
- Belgiz Polat en Alia Kayouth (ondersteuningsdienst onderwijs voor allochtone jongeren Borgerhout)
- Fatima Bali (medewerker St. Nobertus en DSKO)
- Matuschina Galina (Russisch Platform)
- Marzena Jusza (Pologna – poolse gemeenschap)
- Norbert Ngila (Afrikaans Platform)
- Eveline Wouters, Ilse De Naeyer, Abdellatif Akoudad (Atlas)
- Liesbeth Andries (Kleur bekennen)
- Johan Leman (voormalig directeur Centrum voor Gelijke Kansen en Racismebestrijding)

#### ERFGOED/MUSEA

- Jef Vrelust (MAS)
- Mandy Nauwelaerts (MAS)
- Mark Jacobs (vcv)
- Isjah Koppejan en Elisabeth Wiessner (erfgoed Actueel, Amsterdam)
- Hilde Schoefs (vcv)
- Frank Herman (erfgoedcel A'pen)
- Vera de Boeck (erfgoeddag, erfgoedcel A'pen)
- Jean-Luc Putman (Ename expertisecentrum)
- Katherine Ennekens en Marita De Sterck (Verhalenbazaar, Taal van A)

#### ERFGOED/EDUCATIE

- Jorijn Neiring (Tapisplein)
- Tijn Bossuyt, Annemie Geerts, Daan Simons (De Veerman)
- Patrick Jordens (ABC)
- Leen Thielemans en An Jozef (Kunst in Zicht/De Warande)
- Elke Manshoven (Educatie Gallo-Romeins Museum)
- Babette Cooijmans (educatief medewerker KMSK)
- Isabel Lowyck en Philip Mielants (Amusee Vous)
- Lotte Ten Voorde (stagiaire Vleeshuis)
- Chris Ferket, Nele Van Bauwel (Mooss)
- Marc Brants (educatief medew. Havencentrum Lillo)
- Ladda vzw
- Eddy Duquenne (Kiel project/Middelheim Museum)

#### LERENDE STAD

- Emmy Proost (Algemeen onderwijsbeleid)
- Vera van der Vinck (Pedagogisch medewerker)
- Guy Mertens (Coördinator openluchtwerking)
- Martine de Borger

#### CULTURELE DIENST HOGESCHOLEN EN UA

- Veerle Desimpelaere (Karel de Grote HS)
- Veerle Hendrickx (Plantijn HS)
- Bruno De Loght (departementshoofd UA)
- An Van Hout (Sociaal-Culturele dienst UA)
- Debbie Degreeter en Tom Ollivier (jeugddienst stad Antwerpen: studenten/kult op kot, Studay ...)

#### STUDENTENVERTEGENWOORDIGING

- Antwerps Studentenoverleg: studentenvertegenwoordigers van HS en Universiteit
- KLIO (studentenvereniging geschiedenis UA)

## LERARENOPLEIDING

- Serge Coppens (Karel de Grote HS)
- Lieve Desplenter (departementshoofd lerarenopleiding kdG)
- Omar Al Jattari (studentencoach lerarenopleiding kdG)
- Elke Stuyf (voorzitter onderwijscommissie lerarenopleiding UA)
- Björn Callewaert (coördinator lerarenopleiding KHLeuven)

## SCHOOLDIRECTIES

- Hedwig Lefeber (Marco Polo)
- Bart van Dijk (Arthur Matthijsslaan)
- Antwerpse Onderwijsraad
- Karin Heremans (Het Atheneum, Rooseveltplaats)

## LERAREN

- Birgit Reusens (coördinatrice vakwerkgroep geschiedenis en esthetica)
- Jan Depraetere (graadcoördinator 3e graad ASO Groenendael College, Merksem)
- Daan De Decker (Leraar plastische opvoeding)
- Mieke Bettens
- Bruno Lamelyn

## ANDERE (ONDERWIJS)

- Paul Bonner (directeur OLVA scholen-gemeenschap)
- Anne Apostel (inspectrice Vlaams onderwijs)

## CULTURELE INSTELLINGEN

- Jeugdprogrammatoren van alle Antwerpse CC's*
- Els Wyninckx (Permeke Bibliotheek)
- Cien Schelkens (Het Paleis)
- Amelie Aernaudts (Villanella)
- Paul Neefs (De Werft Geel), Lieve Cauwenberge (CC Belgica Dendermonde), Veerle Anthonis (CC Schoten)
- Jef Staes (programmatoren Arenbergschouwburg)

## NIEUWE MEDIA

- Geert Vanhorenbeek (E-communicatie en doelgroepencommunicatie musea)
- Dirk De Wit (directeur IBK)
- Gail Durbin (head of v&a online)
- Chris Van Camp (King Kong vzw)
- Anne Bamford (directeur 'Visual Arts')

## SUBCULTUREN

- Tile Vos (Scheld'A'pen)
  - Bob Derommelaere (MAF)
  - Jan Bassez (kfest/ kublos vzw)
  - Luc Carpentier (Laundry DAY)
  - Eric Smout (svoor12, Petrol)
  - Edwin Carels (МУНКА\_Media)
-



## COLOFON

### *Auteur*

Franky Devos

### *Redactie*

Diana Herz, Cathy Pelgrims

### *Stuurgroep*

Joke Cortens, Carl Depauw, Jeff Van Poppel, Jan Rombouts,  
Jan Staes, An Teyssen, Kris Van Bouchout

### *Expertengroep*

Veerle Anthonis, Anne Apostel, Bart Cassauwers,  
Joke Cortens, Carl Depauw, Koen Depreitere, Chris Ferket,  
Steve Maes, Philip Mielants, Cathy Pelgrims, Peggy Saey,  
Jan Staes, Jef Staes, Leen Thielemans, Nele Van Bauwel,  
Kris Van Bouchout, Vera Van der Vinck, Bart Van Dijck,  
Arne Van Petegem, Joke Vangheluwe, Ewout Vanhoecke,  
Nele Vervoort

### *Videointerviews/duo-gesprekken*

Richard Anthone, Marc Colpaert, Robert Crivit,  
Dirk De Lathauwer, Gina De Vos, Dirk de Wit,  
Jan De Zutter, Tarik Fraihi, Mark Jacobs, Johan Leman,  
Luc Meert, Hanneke Paauwe, Johan Pas, Manuela van de  
Perre, Koen Vanmechelen, Dominique Willaert

### *Jongerengroep*

Stijn Cockx, Petra de Rijck, Sophie D'Hollander,  
Emiel Duyck, Annelies Hermans, Renilde Michiels,  
David Pockele, Wannas Senna, Lotte Ten Voorde,  
Robbe van Bogaert, Ingmar Van Glabbeek, Shalini Van  
Dooren, Elli Verhulst, Ingrid Vranken, Jesse Willems

### *Fotografie*

© Marco Polo School, Project XX-mas, december 2006,  
workshop ism. Piazza dell'arte - Foto's: Abdessamad Ahalli,  
Emmanuel Awossanmi, Dominique Biddello, Hamza  
Boubouh, Osman Chaudry, Gregorz Geremek, Nketia Sarfo,  
Ayapal Singh, Hocine Trari  
Met dank aan Hamza Boubouh en Hedwige Lefeber

### *Vormgeving*

Catapult, Antwerpen

### *Druk*

Enschede, Brussel

### *Wettelijk depotnummer*

D/2007/0306/123

### *Verantwoordelijke uitgever*

Carl Depauw

### *MAS*

MAS [Museum aan de Stroom]  
p/a Hessenhuis  
Falconrui 53, 2000 Antwerpen

### *Directeur MAS*

Carl Depauw

### *Algemeen directeur Musea,*

*Bewaarbibliotheken en Erfgoed stad Antwerpen*  
Steven Thielemans

### *Bedrijfsdirecteur Cultuur,*

*Sport en Recreatie stad Antwerpen*  
Bruno Verbergt

### *Schepen voor Cultuur*

Philip Heylen

