



T P A R T

T A K E

P A R T

TIPS EN TRICKS

voor
(meer)
participatie
in het
museum

inhoudstabel

1. Diamant anders bekeken	3
2. Wat is participatie	4
3. Diamond Friends Forever	10
4. Participatie in het pop-up Diamantmuseum	13
5. Waarom voor participatie gaan	16
6. Participatief werken: iets voor jou?	17
7. Inspiratie / Colofon	18

Diamant



1. ANDERS BEKEKEN

In 2013 ging het Diamantmuseum Provincie Antwerpen samen met AmuseeVous vzw een uitdagend project te lijf: een participatief pop-up Diamantmuseum voor én door jongeren dat de naam Diamond Friends Forever, DFF, kreeg.

Zowel de doelgroep 'jongeren' als het thema 'participatief werken' zijn brandend actuele kwesties voor publiekswerkers in het erfgoedveld. Participatie duikt te pas en te onpas op tijdens lezingen, op websites en in publicaties. Het lijkt een magisch sleutelwoord te zijn voor de ontsluiting van musea en hun collecties, maar wat is die participatie nu precies? Daar valt het een en ander over te zeggen. Geen betweterig gedoe, geen hoogdravende theorieën. Wel een duiding van het concept, onze blik er op en een poging tot het verhelderen van dat magische sleutelwoord. Laat het ons nu alvast zeggen, in deze publicatie zal je geen volledige uiteenzetting vinden van het participatieve museumconcept.

Daarvoor verwijzen we je meteen door naar 'The Participatory Museum' van Nina Simon. Deze Amerikaanse museologe wordt gezien als de grondlegster van het concept en bespreekt het uitvoerig in haar boek.

We gaan liever nog wat verder in op DFF als intensief jongerenproject en praktijkvoorbeeld. We zetten onze ervaring, do's en don'ts graag op een rijtje en zijn daarbij niet beschaamd om onze valkuilen als voorbeelden te gebruiken. We bieden geen antwoord op al jouw vragen, maar hopelijk wel een dosis goesting om zelf aan de slag te gaan. Veel succes!

Nina Simon, het zotte geweld

De Amerikaanse Nina Simon is directeur van het Santa Cruz Museum of Art & History. Daarnaast is zij museumconsulente en scenografe. Vanuit die werkervaring en haar eigen gedrevenheid om musea toegankelijker te maken, is zij ook de voortrekster van participatieve museumprojecten en de drijvende kracht achter de blog 'museum2.0'. Op deze blog worden meningen en ervaringen rond participatie gedeeld. Op basis van die verhalen wil Simon achterhalen hoe musea aantrekkelijker kunnen worden en deel uit kunnen maken van de gemeenschap.

Voor we het concept van het participatief museum uit de doeken doen, is het belangrijk om de terminologie even scherp te stellen. Immers, participatie lijkt erg eenduidig, maar dat blijkt in de praktijk niet altijd zo te zijn. Onderstaande citaten komen uit een reflectiemoment dat plaatsvond naar aanleiding van het sluiten van het tijdelijk Diamantmuseum. Tijdens dat moment stond de term participatie centraal en werd al snel duidelijk dat het voor enige verwarring kan zorgen.



'WAT IS EEN PARTICIPATIEF MUSEUM NU PRECIES?'
'CULTUURPARTICIPATIE IS NIET GELIJK AAN EEN PARTICIPATIEF PROJECT.'
'HET IS EEN STAP VERDER DAN EEN WORKSHOP GEVEN'
'EEN PARTICIPATIEF MUSEUM ZET PERSONEN DIE NAAR HET MUSEUM KOMEN CENTRAAL.'
'DOOR PARTICIPATIEF TE WERKEN KAN JE GEMAKKELIJKER MET DOELGROEPEN OMGAAN.'
'PARTICIPATIE IS PUBLIEKSGERICHT WERKEN, MAAR EIGENLIJK GAAT HET VERDER DAN DAT.'
'KIEZEN VOOR PARTICIPATIE IS BEPERKEND'

2. Wat is Participatie?

'par-ti-ci-pa-tie de; v; meervoud: participaties); het hebben van aandeel in iets; deelname' (uit Van Dale)

Het bovenstaande citaat uit het Van Dale-woordenboek maakt de term meteen duidelijk en helder. Het is die betekenis die je voortdurend in het achterhoofd moet houden als we spreken over een participatief museum. Het achterliggende idee van een participatief museum is dat het geworteld is in de gemeenschap. De culturele instantie nodigt mensen uit als actieve participanten, in plaats van passieve consumenten die met hun handen op hun rug kijken naar wat de museumcurators hebben opgebouwd. In dit concept hebben bezoekers de kans om hun verhaal, mening en gevoel te delen met andere museumbezoekers en met het museum zelf. **Kortom, de bezoeker heeft een aandeel in de culturele instelling.**

"I define a participatory cultural institution as a place where visitors can create, share and connect with each other around content" (Simon, 2010, p. ii)

So far, so good. Pas als we dieper graven in het concept kan er verwarring opduiken. Want hoe verhoudt participatie zich bijvoorbeeld ten opzichte van interactie? En hoe breng je participatie tot stand? Wanneer kan je als culturele instelling of museum spreken van participatie van bezoekers? Is participatie een wondermiddel? We gaan op verkenning.



Interactie vs participatie

Binnen de museale context komt de term interactie vaak voorbij. Deze term staat synoniem voor een wisselwerking tussen museumbezoekers en de tentoonstelling. Maar hoe ontstaat die interactie?

Museumbezoekers zijn geen ongeschreven blad. Ze komen binnen met een rugzak vol ervaringen. Daardoor weekt de collectie verhalen los bij de bezoeker. Dit kan eindeloos veel vormen aannemen: een kledingstuk dat je doet denken aan een persoon of het horen van een geluid dat herinneringen opwekt, etc.

Interactie kan ook vanuit een andere invalshoek benaderd worden. Musea zoeken naar alternatieve manieren om informatie te bezorgen aan de museumbezoeker. In het pop-up Diamantmuseum was er bijvoorbeeld een interactieve weegschaal: wanneer de bezoeker op de weegschaal ging staan, werd het gewicht van de bezoeker uitgedrukt in karaat (gewicht diamant) in plaats van kilogram. Op die speelse manier

werd er informatie overgebracht op de bezoeker. Hoewel de bezoeker hierbij in interactie gaat met de tentoonstelling, levert het geen relevante informatie op voor het museum.

In dat opzicht is het participatieve concept een logisch vervolg op interactie. Bij participatie krijgt de museumbezoeker namelijk de kans om zijn verhaal, mening en gevoel te delen met het museum, en met andere museumbezoekers. Sterker nog, als museum ga je iets doen met die relevante informatie. Deze laatste stap zorgt ervoor dat de participatieve cirkel rond is. Om het duidelijker te maken, een voorbeeld: in het pop-up Diamantmuseum maakte een installatie aan het einde van de tentoonstelling het de bezoekers mogelijk om aan te geven welk onderwerp zij misten. Hierbij konden ze kiezen tussen tien onderwerpen. De bezoekers konden een namaakdiamant deponeren in het bakje van één van die tien onderwerpen. Tweewekelijks werd het onderwerp met de meeste diamantjes uitgewerkt en in de opstelling opgenomen. Door de participatie van de bezoekers veranderde de museuminhoud.

'Participatie' in schema

Interactie, participatie, ... het lijkt misschien allemaal wat onoverkomelijk. Om door de bomen het bos te blijven zien geven we schematisch de grote lijnen van Nina Simons theorie mee. Geen paniek, want daarna verhelderen we alles nog wat meer. Nadien schotelen we een voorbeeld uit de Vlaamse museumpraktijk voor: DFF oftewel Diamond Friends Forever, het experiment van het Diamantmuseum en AmuseeVous.



Participatie tijdens

VOORBEREIDING / OPSTELLING

De verantwoordelijkheid voor ontwikkeling van een opstelling uit handen geven aan (leden van) een gemeenschap.

Elementen inbouwen om bezoekers in contact te laten treden met de expo, de andere bezoekers en de instelling.

BELANGRIJK!
Participatie komt in alle maten en vormen voor! Je bepaalt als instelling zelf hoe ver je hierin wil/kan gaan.



PARTICIPATIE MODELLEN

Er zijn verschillende modellen van participatie, telkens met een eigen aanpak en een andere mate van investering.

CONTRIBUTORY

(bijdragen)

COLLABORATIVE

(samen werken)

CO-CREATIVE

(samen maken)

HOSTED

(gastlocatie)

PARTICIPATIE ONTWERPEN

Als je een succesvol participatief element wil ontwerpen, moet je...

...rekening houden met de drie betrokken partijen in het proces (instelling, participant, toeschouwer).

...afwegen wat de participatie moet opleveren voor de drie partijen.

...ervoor zorgen dat het participatief element voldoende beperkt is, zonder de creativiteit te beknotten.

Het stadium van participatie bepaalt de keuze voor een bepaald model of ontwerp.

'Participatie' in tekst

Een hele brok, dat schema. Laat het ons wat verder toelichten!

Participatie draait dus rond het deelnemen als bezoeker aan een museale inhoud. In grote lijnen kan participatie plaatsvinden tijdens de voorbereiding van een museumopstelling of expo ofwel tijdens die expo zelf. Participatie bevindt zich altijd in een bepaald stadium, ongeacht of het plaatsvindt tijdens de voorbereiding of tijdens de opstelling.

Hoewel de beschrijving van de verschillende stadia misschien vaag klinkt, is het niet zo onlogisch. Het idee erachter is dat participatie niet altijd even intens moet/kan zijn. Het gaat van een louter consumeren en dus niet actief participeren (stadium 1) naar een spontane sociale interactie tussen bezoekers die anders niet met elkaar zouden participeren (stadium 5). Een reeks opbouwende stadia waarin de klemtoon verschuift van een 'ik'-gevoel naar een 'wij'-gevoel. Je zou het eerste stadium kunnen zien als een

eerder klassieke museumopstelling waarbij de bezoeker vooral consumeert, het draait rond het individu. Participatieve elementen in de volgende stadia zullen er voor zorgen dat die individuele ervaringen steeds meer deel gaan uitmaken van een groter geheel. Het laatste stadium is het punt waarop in een cultuurhuis een sfeer heerst waarbij onbekenden spontaan met elkaar in gesprek gaan.

Welk middel of idee je als museum ook verkiest om participatie tot stand te brengen, het zal zich altijd op één van de vijf stadia bevinden. Welk stadium dat is, hangt af van je organisatie en van wat je wilt bereiken. Voluit gaan voor stadium 5 kan afschrikkend werken voor bezoekers die hier niet aan gewend zijn. Misschien voelen zij zich meer op hun gemak bij participatie zoals in stadium 2 of 3. Hoe intens je de participatiemogelijkheden maakt, bepaal je zelf.



Participatiemodellen

In het schema spreken we ook over participatiemodellen. Dat zijn vier verschillende modellen die telkens een andere aanpak voor participatief werken hebben.

In **'bijdragende projecten'** (contributory) nodigt het museum je als bezoeker uit om een object, actie en/of idee aan te leveren.

Voorbeeld: Het Gentse museum Het Huis van Alijn roept regelmatig de 'hulp' in van bezoekers en van de gemeenschap om een bijdrage te leveren. Het museum vraagt naar een bepaalde content die de deelnemers vervolgens aanbrengen en die het museum later verwerkt in een tentoonstelling. Zo zamelden ze bijvoorbeeld vakantiefoto's in die later het hart van een expo vormden.

In **'samenwerkingsprojecten'** (collaborative) werkt de bezoeker actief mee aan een project van het museum.

Voorbeeld: Het Museum Aan de Stroom (MAS), vroeg Antwerpenaren van Marokkaanse afkomst om te helpen bij het project 'Spoorzoekers'. Met de hulp van deze personen zocht het MAS naar verhalen van Marokkaanse Antwerpenaren.

Bij projecten die **'samen gemaakt'** worden (co-creative) werken leden van de gemeenschap vanaf het begin samen met museummedewerkers om de programmatie of de tentoonstelling te laten aansluiten op de interesses van de gemeenschap.

Voorbeeld: Het Diamantmuseum van de Provincie Antwerpen maakte in 2007 de expo "Bling Bling: de kroonjuwelen van de Hip Hop". Deze tentoonstelling is tot stand gekomen dankzij een intensieve samenwerking tussen het museum en een (interculturele) groep jongeren (14-26) jaar.

Projecten waarbij het museum 'gastheer of ontvanger' is (hosted) zijn projecten waarbij het museum een deel van haar faciliteiten en/of middelen overdraagt aan andere organisaties of personen om programma's te presenteren voor een breed publiek.

Voorbeeld: Het Huis Happaert in Antwerpen wil haar panden in de Kammenstraat en Happaertstraat beschikbaar stellen voor Antwerpse creatievelingen en organisaties. Het kan gaan over een tentoonstelling, het houden van een kamerconcert, maar evengoed het openen van een tijdelijke bar of een pop-up kledingzaak.

Ontwerpen van participatie

Het laatste element dat aan bod komt in het schema is het ontwerpen van participatie. Hoe ziet je participatief element eruit? Een participatief element in een expo kan verschillende vormen aannemen, bijvoorbeeld een gastenboek of een post-it-muur. Veel ontwerpen zijn echter niet doordacht genoeg en missen zo hun doel. Op die manier is er geen waardevolle inbreng van de bezoekers.

Hou drie elementen in je achterhoofd wanneer je een participatief element wilt ontwerpen:

Laat je niet afschrikken! Participatief werken lijkt redelijk ingewikkeld. Dat valt echter goed mee. Vaak wordt er al op een of andere manier participatief gewerkt, maar kreeg het nooit die specifieke term mee. Tijdens onze zoektocht naar voorbeelden kwamen we regelmatig cases tegen die reeds sterk naar participatie neigden, maar nog niet volledig in die richting waren uitgewerkt. Ons eigen DFF-project was een poging om bewust participatie in een museum toe te passen.

1 Wie zijn de betrokken partijen?

- de instelling
- de participant
- de toeschouwer

2 Wat moet de participatie opleveren voor de betrokken partijen?

- wat wil je er als instelling uithalen?
- wat moet de deelnemende bezoeker precies doen en hoe?
- wat heeft de niet-deelnemende bezoeker aan het ontwerp?

3 Hoe open laat je de participatiemogelijkheden?

Een ontwerp mag niet te vrijblijvend zijn (bijvoorbeeld: teken iets), maar moet concreet genoeg zijn om de creativiteit te stimuleren (bijvoorbeeld: teken een diamantovervaller).

3. Diamond fond

Diamond Friends Forever, oftewel DFF, was ons eigen participatief project en experiment in samenwerking met het Diamantmuseum Provincie Antwerpen. Participatie in de praktijk. Bij de eerste gesprekken tussen de partners werd duidelijk dat we voor een uitdagend project wilden gaan, namelijk een intensief jongerentrajec om een museum voor en door jongeren op te richten.



Friends

Forever

Omdat het Diamantmuseum op dat moment niet over een vaste locatie beschikte, werd beslist om een pop-up museum uit te werken. Daarnaast wilden we experimenteren met nieuwe formats en technieken waarbij het participatieve concept gehanteerd werd. Zo konden we resultaten verzamelen om het museum meer te laten aansluiten op de behoefte van jongeren. Dat was een hele boterham! Laat ons die boterham dus even in kleinere stukken snijden.

Pop-up-concept

Een eerste mondvul is het pop-up-concept. Een recent verschijnsel uit de handelssector dat in eerste instantie is ontstaan om leegstaande panden een bestemming te geven voor een bepaalde periode tegen een lage prijs. Hoewel het vooral voorkomt in de commerciële sector, wil dat niet zeggen dat de non-profit sector niet mee op de kar kan springen. DFF stapte mee in dit verhaal door een pop-up Diamantmuseum te laten opduiken in Jongerencentrum Kavka in het centrum van Antwerpen.

De zoektocht naar een geschikte locatie was niet evident omdat er met verschillende aspecten rekening gehouden moest worden. De staat van het gebouw moest in orde zijn om de waarde van de collectiestukken te kunnen verzekeren, er speelden technische beveiligingskwesties mee, een centrale ligging was essentieel, het budget was beperkt, enzovoort. De twee grote danszalen van Kavka JC voldeden aan onze eisen en werden getransformeerd tot een tijdelijk museum, een pop-up.

Jongeren

Een andere hap van de boterham zijn jongeren. Jongeren hebben een eigen mening. Het is dan ook belangrijk dat musea jongeren een platform kunnen aanbieden waar ze gehoord worden.

Uiteraard moet het museum bepalen welk type jongeren zij graag willen bereiken. Want dé jongere, die bestaat nu eenmaal niet. Tijdens het DFF verhaal hebben we gebruik gemaakt van het Cultureel Jongeren Profiel (CJP) om onze aandacht te focussen op een bepaald soort jongere.



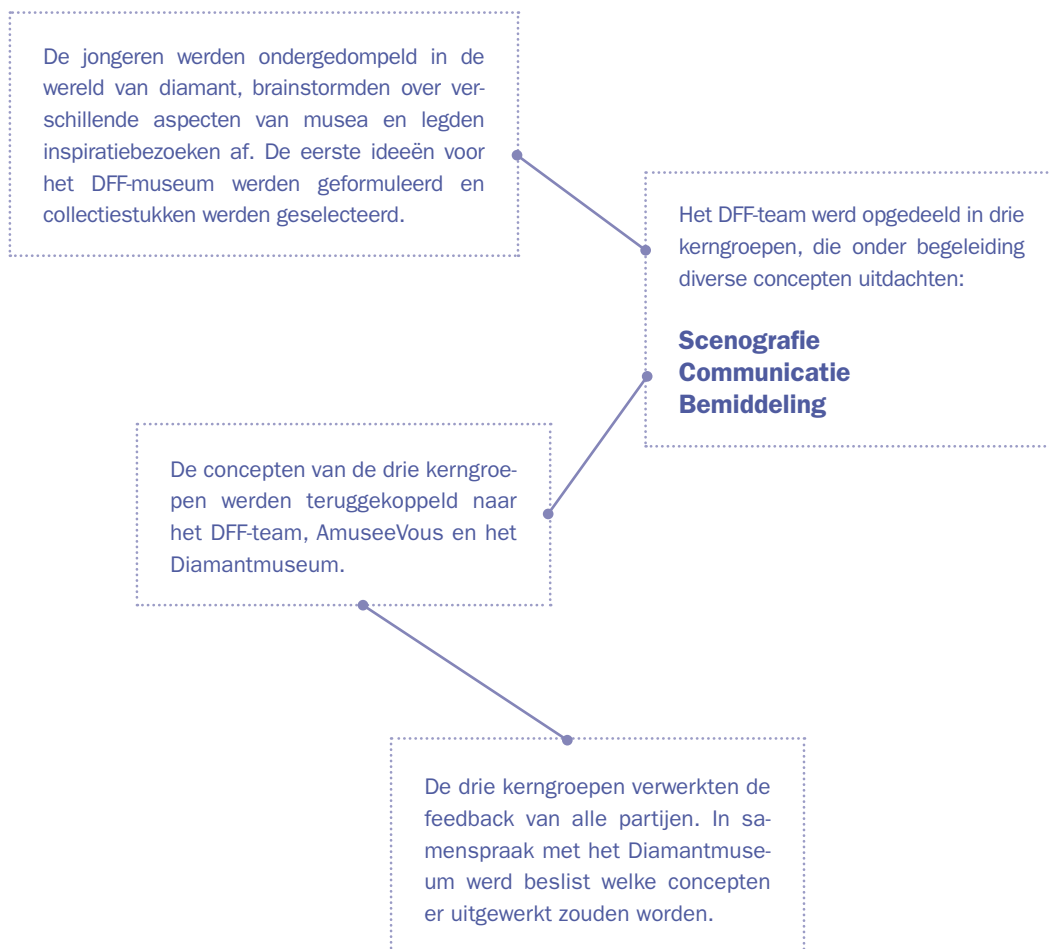
De profielen van CJP zijn het resultaat van een onderzoek van Youngworks in samenwerking met Motivaction. Zij gingen op zoek naar de voorkeuren en belevingen van Nederlandse jongeren (12 tot en met 25 jaar) met betrekking tot kunst en cultuur. Hun onderzoek leidde tot een segmentatiemodel met vier grote profielen. In hun publicatie geven ze beschrijvingen van die profielen, alsook een hele hoop tips over hoe je kan inspelen op de behoeften van die groepen. Voor de volledige beschrijving van de profielen verwijzen we naar hun publicatie. Wij kozen alvast voor de “Geïnteresseerde Toeschouwer” en de “Ondernemende Cultuurfan”. Maar wie weet wil je jezelf meer toespitsen op de “Honkvaste Cultuurmijder” of de “Creatieve Entertainer”?

Het Cultureel Jongeren Profiel (CJP)

DFF-jongerentraject

Binnen het kader van DFF werd er een team van elf enthousiaste jongeren verzameld. Samen met hen werd er een intensief traject afgelegd. AmuseeVous hen begeleidde, stimuleerde en inspireerde. Omdat het project in januari 2013 van start ging en het museum reeds op 2 juli 2013 zijn deuren zou openen, was een strakke planning noodzakelijk.

Het DFF-jongerentraject werd in de volgende punten opgedeeld:



4. Participatie

in het pop-up

Diamantmuseum

En dan het laatste stuk van de boterham, participatie. Het DFF pop-up Diamantmuseum wilde waardevolle informatie verkrijgen van zijn museumbezoekers. Waar verlangen bezoekers naar in een museum? Wat willen ze zien? Wat willen ze beleven?

Daarvoor dacht het DFF-team een aantal participatieve elementen uit. Niet al die ideeën kwamen verder dan de ontwerptafel, maar de volgende elementen kon je wel aantreffen in het museum.

Labelstemmer

De labelstemmer was een klein element dat in de scenografie werd gebouwd. Er werden vier verschillende versies van labels/zaalteksten aangeboden. Iedere versie had een bepaalde manier van schrijven gekregen. Dat ging van eerder zakelijke teksten naar subjectieve beschrijvingen. Naast iedere versie zat een drukknop. Bezoekers konden stemmen voor het label dat hen het meeste aansprak. Nadien konden de bezoekers hun eigen keuze in vergelijking met die van de voorgaande bezoekers bekijken op het scherm.

Wat miste je in de opstelling?

Aan het einde van de rondgang was er een installatie die het de bezoekers mogelijk maakte om aan te geven welke onderwerpen ze gemist hadden in het DFF-museum. De bezoekers konden een namaakdiamant deponeren in één van de buizen van de tien onderwerpen. Tweewekelijks werd het onderwerp met de meeste diamantjes uitgewerkt en in de opstelling van het museum opgenomen.



Certificaten

Het certificaat was een alternatieve enquête dat iedere (Nederlandstalige) bezoeker bij het binnenkomen meekreeg en kon invullen. Het certificaat was gebaseerd op de certificaten die gangbaar zijn in de diamantsector. Bij aankoop van een “propere” diamant krijg je een certificaat dat aantoont dat de aangekochte diamant op 4 C’s scoort. De vier C’s staan voor: colour, clarity, carat en cut. Binnen het museum werd er aan de vier C’s een andere invulling gegeven, zodoende dat de bezoekers een aantal aspecten van het museum konden beoordelen, respectievelijk ‘sfeer en ervaring’, ‘de bewegwijzering en informatieverstrekking’, ‘het prijzenbeleid en wat zij waardevol vonden in het museum’ en ‘scenografie en presentatie’.

Het ‘vriendelijkheidsbeleid’

Met dit beleid wilden we de omgang tussen museummedewerkers en bezoekers stroomlijnen. De eerste ontmoeting tussen de bezoekers en museummedewerkers begon bij het onthaal, vervolgens in het museum zelf, alsook in het museumcafé. Het was belangrijk dat de museummedewerkers op de drie ontmoetingspunten een positieve houding tegenover de museumbezoekers hanteerden. De houding van de museummedewerkers bepaalt immers een groot deel van de bezoekerservaring.

Een andere belangrijke pijler die we in het museum gehanteerd hebben en ook kadert binnen het ‘vriendelijkheidsbeleid’, was het gegeven van de spontane gids. In het museum was er steeds één van de DFF-jongeren terug te vinden, die de bezoekers een extra woordje uitleg of zelfs een privérondeleiding gaf.



Een succes?

Hoewel de participatieve elementen op papier erg leuk klonken, leverden ze niet altijd het verwachte resultaat op. Het ontwerp was niet altijd optimaal, waardoor we niet de gewenste in- en output kregen.

De labelstemmer was bijvoorbeeld niet meteen duidelijk voor de bezoekers, waardoor er erg vaak al op een knop, vaak de bovenste, werd gedrukt vooraleer alles te lezen. De resultaten van de stemtest waren bijgevolg ook vertekend. Het eindtotaal voor het eerste label bedroeg 936 stemmen, meer dan tweemaal zoveel als voor de overige labels, respectievelijk 407, 495 en 471.

De opstelling om te achterhalen wat mensen misten kreeg ook te kampen met vertekende resultaten. De namaak-diamantjes die we aanboden om te stemmen werden te vrijblijvend gebruikt. Sommige bezoekers gebruikten netjes één diamantje, terwijl anderen een handvol deponeerden in de stembuis. Dit werkten we zelf in de hand, aangezien we dit nergens hadden gespecificeerd.

Ook de resultaten van de certificaten waren niet zoals gehoopt, hoewel de uitkomst erg positief was. De resultaten oogden echter té positief.

Over alle opgenomen voorzieningen in de enquête (bereikbaarheid, locatie, onthaal, informatie over diamant en initiatief door jongeren) en over alle participatieve elementen (de weegschaal, de label-stemmer, de wat-mis-je installatie en de publieksenquête), is de respondent uitzonderlijk positief. De antwoordmogelijkheid “zeer tevreden” is bij alle negen onderdelen het vaakst genoemd. De vrouwen zijn steeds uitgesprokener positief over de voorzieningen dan de mannen; zij kiezen vaker voor “zeer tevreden” als antwoord.

De verwerking van de onderzoeksgegevens en geeft aan dat de beoordelingen opvallend positief waren. In een ideaal scenario zouden we nog verder kunnen onderzoeken of kunnen onderbouwen waarom mensen nu net zo positief waren. In de uitvoering zoals die nu gebeurt is, missen we dit. Daarnaast werden sommige vragen van de enquête verschillend geïnterpreteerd, wat vergelijken erg moeilijk maakte en de validiteit van het onderzoek in vraag stelde.

Het vriendelijkheidsbeleid was wel een duidelijk succes. Dit merkten we uit persoonlijke reacties van mensen, maar ook uit de resultaten van de enquête.

Participatie: heeft het gewerkt?



Allemaal mooi en wel zo'n project, maar heeft het ook gewerkt? Hebben we nu meer inzicht gekregen in de psyche van de gemiddelde museumbezoeker? Hebben we onfeilbare museumtoepassingen uitgevonden die onmisbaar zullen worden in de toekomst? Houden we nu de sleutel in handen om een museum onweerstaanbaar te maken voor jongeren, zoals eigenlijk de bedoeling was. Ja! Ja! Een aantal bedenkingen en valkuilen.

Participatieve elementen

Ja! De participatieve elementen werden positief onthaald door het publiek. Veel bezoekers hebben hieraan deelgenomen. We ondervonden dat je op verschillende manieren participatieve elementen kunt implementeren in je opstelling, zoals blijkt uit de verschillende elementen die we hebben opgenomen en de vele ideeën die we daarnaast nog hadden.

Ja, maar niet alle elementen werden gebruikt op de manier waarop wij dat voor ogen hadden. Het is dus belangrijk om dit duidelijk te communiceren naar de bezoeker.

Team

Ja! Het is gelukt om een groep van negen zeer enthousiaste jongeren tussen de 19 en 25 jaar bij elkaar te krijgen. Zij waren enorm gemotiveerd en hebben veel vrije tijd gestoken in het ontwikkelen, organiseren, bemannen en evalueren van het pop-up Diamantmuseum.

Ja, maar ons DFF-team bestond uit negen jongeren uit de blanke middenklasse. Het had nog interessanter kunnen zijn om een meer diverse groep samen te stellen om het pop-up museum te realiseren. Dat had ongetwijfeld voor andere en verrassende invalshoeken gezorgd.

Communicatie

Ja! Het DFF-team werd actief betrokken bij de communicatie van het project.

Ja, maar de verschillende meningen van de groep en de beperkte tijdsspanne en financiële middelen maakte het moeilijk om de communicatie volledig in handen te geven van de jongeren. Om dit te kunnen realiseren is meer tijd nodig om de jongeren goed te kunnen begeleiden.

Pop-up-museum

Ja! Het pop-up-concept gaf een hoop vrijheid om nieuwe dingen uit te proberen en te experimenteren.

Ja, maar omdat ook andere aspecten tijd en energie vragen, zoals de collectiestukken, indeling en opstelling, konden we ons niet louter focussen op het participatieve gegeven.

Werken met meerdere partners

Ja! Het werken met meerdere partners levert ideeën en inzichten op die je wellicht zelf niet in aanmerking had genomen. Bovendien kunnen krachten en financiële middelen gebundeld worden.

Ja, maar het is belangrijk om duidelijke afspraken te maken. In het geval van het pop-up Diamantmuseum bleef er onduidelijkheid bestaan over het concept van participatie.

DFF in cijfers

- 9 jongeren
- 2 begeleiders
- 8 ondersteunende teamleden
- 5 maanden voorbereiding
- 30 vergaderingen
- 600 zadelhoesjes
- 2 maanden expo
- 2164 bezoekers

Na het lezen van het voorgaande heb je ongetwijfeld stof tot nadenken. Maar misschien zit je toch nog op je honger. Want waarom zou je voor participatie gaan? Loont het wel de moeite? Levert het iets op? Hieronder lijsten we een aantal elementen op die het in onze ogen absoluut de moeite waard maken

5. Waarom voor participatie gaan?

Participatie geeft je nieuwe kennis.

Om je cultuurinstelling te verbeteren en nieuwe kennis en methodieken op te nemen kan participatie een interessant middel zijn. Het is daarvoor niet noodzakelijk om alles participatief te willen maken, maar participatie kan wel dienen als een middel om je band met je publiek te verbreden en verdiepen.

Participatie verlaagt drempels.

Participatief werken kan helpen bij het verlagen van drempels die spelen bij het al dan niet bezoeken van een museum. Voor vele mensen is een museum een ver-van-hun-bedshow, iets wat te ver van hun leefwereld staat om er echt voeling mee te krijgen. Participatie kan net die leemte opvullen.



Participatie opent deuren naar je publiek.

Als instelling geef je het publiek het respect en vertrouwen om hen actief deel te laten uitmaken van het verhaal dat je vertelt. Meer nog, de bezoekers mogen het verhaal aanvullen en corrigeren.

Participatie zorgt voor dialoog.

De samenleving verandert razendsnel en daarbij de manier van communiceren en omgaan met informatie. Het is belangrijk om je publiek serieus te nemen en dialoog aan te gaan. Musea kunnen bij uitstek de plaats vormen waar dialoog gestart wordt door bezoekers actief deel te laten uitmaken van het eigen museale verhaal.

6. PARTICIPATIEF WERKEN: iets voor jou?

Dat wij persoonlijk gewonnen zijn voor het participatieve museumconcept zal onder- tussen wel duidelijk geworden zijn. Dit wil echter niet zeggen dat het concept voor iedereen zal werken. Om een eventuele teleurstelling te vermijden ge- ven we een aantal aandachtspunten mee die je best in ge- dachten houdt als je besluit participatief te gaan werken.

Wees duidelijk

Zorg voor duidelijke verwachtingen voor alle betrokkenen. Verwacht geen mirakels, maar durf wel vertrouwen te hebben. Wees daarnaast ook duidelijk in je participatieve elementen, wat wordt er precies van de deelnemers verwacht?

Laat los

Participatie vraagt een andere of nieuwe ingesteldheid van de musea: een groot respect en vertrouwen in je bezoekers. Als je participatief wilt werken, moet je durven loslaten en uit handen geven. Denk je dat je daartoe niet in staat bent, bedenk dan goed of je wel participatief wil werken.

Begin klein

Bouw het participatieve werken langzaam op. Niemand is erbij gebaat als je meteen voluit voor volledig participatief werken gaat, noch je team, noch je bezoekers. Begin klein en breid later uit.

Doe het samen

Een participatief project mag geen eenmansshow zijn van de publiekswerker. Het hele museumteam moet zich achter het project scharen en zich erin durven gooien. Iedereen moet op dezelfde lijn zitten als het gaat om participatief werken, zowel qua inhoud als uitwerking.

Leer van anderen

Doe inspiratie op bij bestaande projecten, ook bij de minder succesvolle. Je kan er maar uit leren!

7.

Inspiratie

Als we je na het lezen van deze publicatie warm hebben kunnen maken voor deze vorm van museaal werken dan zijn wij zeer tevreden mensen! Om je participatief avontuur goed in te zetten trakteren we je alvast op volgende suggesties:

Colofon

AmuseeVous
Ridder Van Parijsstraat 18
2170 Merksem

www.amuseevous.be

Tekst

Nathalie Brejaart
& Brent Blockx

Eindredactie

Inge de Wolf

Vormgeving

Kryztoff Dorion
www.kryztoff.be



LEES MIJ!

The Participatory Museum van Nina Simon

LIJKT ONS LOGISCH!

-

www.museumtwo.blogspot.be

VOOR ACTUELE INFO EN DISCUSSIES!

-

Het Gedroomde Museum van Odding en Nespoli

WANT DROMEN MAG EN MOET!

-

Het Disruptieve Museum van Odding

-

Das Partizipative Museum van Gesser, Handschin, Jannelli en Lichtensteiger

ALS HET DUIDT U NIET KAN TEGENHOUDEN

-

Cultureel Jongeren Profiel, segmentatiemodel voor kunst en cultuur van Youngworks ism Motivaction

OM JONGEREN VERANTWOORD IN VAKJES TE KUNNEN STEKEN



BEZOEK MIJ!

Het Van Abbemuseum in Eindhoven

LET EENS OP DE BEHULPZAAMHEID VAN DE MEDEWERKERS!

-

Huis van Alijn

WAAR PARTICIPATIE CENTRAAL STAAT

-

Het Diamond Friends Forever pop-up Diamantmuseum

VERDORIE, TE LAAT...

-

AmuseeVous

VOOR EEN INSPIRERENDE BABBEL