

Vlog your way in!

Amsterdam, 08-02-2019

In de provincie Zuid-Holland kunnen jongeren op veel manieren hun talent ontdekken en ontwikkelen op het gebied van theater, muziek en dans. Als jongeren tussen hun 12e en 15e levensjaar deelnemen aan culturele cursussen, blijven zij vaak langer actief in de cultuur. Toch ligt er een uitdaging om deze doelgroep te stimuleren gebruik te maken van het culturele cursusaanbod. In de provincie Zuid-Holland bieden onder meer Popunie, het Jeugdtheaterhuis, En Stichting Educatieve Orkest Projecten (SEOP) verschillende cursussen aan voor jongeren.

Hoe kunnen jongeren gestimuleerd worden om van dit aanbod gebruik te maken?

Context

Jongeren in de leeftijd 12 tot 15 jaar zijn volop op zoek naar identificatiemogelijkheden. Met de overgang van de basisschool naar de middelbare school, zijn de eerste middelbare schooljaren nieuw en spannend. Jongeren zoeken (onbewust) naar mensen die hen kunnen inspireren en tools kunnen bieden hoe om te gaan met al die nieuwe ervaringen. Waar dit een halve eeuw geleden vooral popsterren waren, zijn nu de influencers niet meer weg te denken uit het leven van jongeren. Mensen zoals jij en ik, die tegen dezelfde dingen aanlopen en waar we ons in kunnen verplaatsen. Maar wel mensen die net dat extra mooie uiterlijk, veel charme charme of een bijzonder talent hebben en waar jongeren dus tegenop kunnen kijken. Met mooie Instagramposts en rauwe vlogs laten zij jongeren dromen over de toekomst. Dit zijn de ambassadeurs die het jonge publiek kunnen bereiken!



Cultural ambassadors

Influencers zijn dan ook dé manier voor het interesseren van jongeren in een bepaald onderwerp, mits zij echt gepassioneerd zijn voor het product dat zij promoten. Omdat jongeren via YouTube en andere sociale mediakanalen een inkijkje in het leven van hun favoriete vlogger krijgen, hebben zij het gevoel de persoon in kwestie echt te kennen en zij zullen het dan ook haarfijn aanvoelen als een vlogger een onderwerp of product promoot zonder hier oprecht interesse in te hebben. Nu is het echter zo dat veel influencers en BN'ers waar jongeren tegen opkijken zelf al interesse hebben in de podiumkunsten of zelfs in deze sector werken. Dus binnen de wereld van de influencers zullen zeker culturele

ambassadeurs te vinden zijn!

While everyone vlogs, we go old school again...

Zoals eerder genoemd, zullen jongeren niet alles klakkeloos van hun favoriete vloggers aannemen. Jongeren hebben een kritische blik en zullen niet meteen het cursusaanbod van het Jeugdtheaterhuis gaan googlen als zij in een vlog van Meisje Djamila een fragment van 20 seconden over de betreffende instelling zien. Bovendien bereiken vloggers en BN'ers via hun eigen kanalen een landelijk publiek en is het voor de promotie van het Jeugdtheaterhuis, Popunie en SEOP relevanter alleen in te zetten op het publiek in Zuid-Holland.

Waar zijn de meeste jongeren in Zuid-Holland dan te bereiken?

Dat is nog altijd... op school!

Daarom is het een idee om influencers, BN'ers én inspirerende voorbeelden uit de podiumkunsten te betrekken bij het maken van een korte, inspirerende videoboodschap, waarin het culturele aanbod in beeld wordt gebracht en de influencers en professionals tonen wat het deelnemen aan culturele cursussen je kan opleveren.



Who?

De culturele ambassadeurs moeten zoals gezegd feeling hebben met het onderwerp dat zij promoten. Omdat jongeren kritisch zijn op de inhoud en goed weten dat zij niet allemaal zelf zomaar beroemd worden, is het daarom goed ook minder bekende professionals uit de sector te betrekken die laten zien tot wat voor carrière deelnemen aan culturele cursussen kan leiden.

Voorbeelden social influencers, BN'ers en regionale professionals met feeling voor de podiumkunsten zijn Ronnie Flex, Yosina (The Voice Kids 2018), Teske de Schepper, Nasrdin Dchar, Bonnie Doets (Scapino Ballet), acteur/ actrise Maas Theater & Dans, student(e) ConKo, student(e) Codarts, Esmaa Alariachi, Jasper Verhulst, Ray Fuego, danser(es) NDT, Scapino Ballet of Conny Jansen Danst.

How?

- Een korte vlog van maximaal 5 minuten, waarin enkele van de boven beschreven social influencers, BN'ers en cultuurprofessionals deelnemen aan cursussen bij Popunie, het Jeugdtheaterhuis en SEOP en duidelijk wordt dat deelnemen aan cursussen leuk is, leidt tot

ontwikkeling van talent, creativiteit en zelfexpressie, en mogelijkheden biedt tot een carrière in de podiumkunsten.

- In de vlog wordt duidelijk hoe de jongeren zich net als hun voorbeelden kunnen opgeven voor de cursussen.
- Er worden flyers gemaakt met quotes en beeldmateriaal uit de vlog.
- De vlog wordt op middelbare scholen vertoont tijdens CKV. De provincie Zuid-Holland biedt scholen het beeldmateriaal en de flyers aan.

Ter inspiratie kan gekeken worden naar de Snapguide van het Rijksmuseum:

<https://www.youtube.com/watch?v=oXSIZ9ss6j8>



In the end, the (diverse) content counts!

Zoals eerder genoemd, zijn middelbare scholen de plek waar jongeren het gemakkelijkst tegelijk te bereiken zijn. Na het zien van de vlog, is het alsnog een spannende stap om je zomaar op te geven voor een cursus, waarvan je niet weet of het jou ligt en aanspreekt. Daarom blijft outreach naar scholen een belangrijk middel om jongeren te stimuleren tot deelname aan verdiepende cursussen. Betrek scholen in het aanbieden van cultuur aan jongeren en organiseer een workshop op scholen, waarin een docent van Popunie, het Jeugdtheaterhuis of SEOP de jongeren laat proeven van een cursus bij de culturele instelling.

Uiteindelijk is het de inhoud die de jongeren zal overhalen zich wel of niet voor een cursus op te geven. In de huidige multiculturele samenleving is het van groot belang dat iedereen zich betrokken voelt bij de inhoud van het cursusprogramma. Daarom is het van belang dat binnen het culturele programma materiaal wordt aangereikt dat uit alle windstreken afkomstig is. Cultural appropriation (culturele toe-eigening) ligt hierbij op de loer, maar door het verdiepen in de tradities en culturele uitingen van een andere cultuur en het samenwerken met professionals uit het desbetreffende culturele gebied, kan dit verschoven worden naar cultural appreciation. Door lesmateriaal te ontwikkelen dat aansluit bij ieders (culturele) achtergrond, zullen jongeren zich meer verbonden voelen met de lessen en meer ruimte voelen voor zelfexpressie en talentontwikkeling.

But it all starts with that one motivational vlog! :)