

2% af de 34.000 nyuddannede på erhvervsuddannelserne i 2013 var efterkommere af indvandrere

9% af de 34.000 nyuddannede på erhvervsuddannelserne i 2013 var efterkommere af indvandrere

Kilde: Danmarks Statistik



KUNSTVÆRK. Det er svært at lokke ungdommen på museum. Men de vil faktisk gerne. I 2014 besøgte 60 procent af de unge mindst ét museum mod kun 53 procent i 2010. Her er det Yoko Onos udstilling på kunstmuseet Louisiana. Arkivfoto: Joachim Adrian

Kulturarv. Sådan får vi de unge på museum

Der skal satses på digitalt nærvær og alternativ læring, hvis de unge skal bruge museerne mere.

ANALYSE

Unge er underrepræsenteret, når det gælder om at finde vej til museerne. Det er et problem i et samfund som det danske, fordi vi betragter museer som offentlige goder: De er vigtige kilder til at forstå, hvem vi er, hvor vi kommer fra og kunne gå hen. Det er også et problem, fordi mange unge betaler til museerne via skattebilletten uden at udnytte goderne.



KIRSTEN DROTNER

Det debatteres da også, hvordan museer og unge bedre kan møde hinanden: Skal museerne blive mere synlige på de sociale medier? Skal museerne nedtone de oplysende elementer, der traditionelt har udgjort et vigtigt formidlingsmoment til gruppen, og sats på oplevelser i øjenhøjde? Eller skal museerne måske tværtimod lade fordyben-

de oplevelse være nok og skære brugerinddragelse og ny formidling fra, som Ny Carlsberg Glyptotekets direktør Flemming Friberg foreslog i marts.

AT MUSEERNE er uenige om vejen frem, skyldes ikke mindst, at vores viden om unge og museer er begrænset. Især ved vi for lidt om, hvordan unge selv ser på museerne, og hvordan det syn hænger sammen med unges øvrige kulturbrug. Det syn anlægger en ny repræsentativ undersøgelse foretaget af det nationale forskningscenter Dream. Undersøgelsen omfatter aldersgruppen 13-23 år, hvor unge vælger spor for voksenlivet.

Overordnet viser resultaterne, at flere unge finder vej til museerne: 60 procent i 2014 mod 53 procent i 2010, hvor centret gennemførte en lignende undersøgelse. De vigtige pejlemærker for museer, der ønsker at tiltrække flere unge, findes imidlertid i nuancerne bag stigningen. Undersøgelsen dokumenterer klart, at det kan betale sig for museerne at være til stede på internettet og de sociale medier, hvis de vil fange, fastholde og ændre unges museumsinteresse. De unge, der flittigst gæster museerne (to-tre gange inden for et halvt år), er nemlig også mest aktive til at bruge mulighederne på

museernes facebooksider: 25 procent af de flittige gæster har *liket* opslag fra et museum mod 8 procent af dem, der ikke har været på museum i samme periode. Det er samtidig også de flittigste brugere af museernes apps, facebook- og hjemmesider, der vurderer museumsbesøg mest positivt.

Undersøgelsen viser også tydeligt, at museerne gør klogt i at genoverveje standardmodsatningen mellem oplysning og oplevelse. Unge ser nemlig ikke en modsætning mellem læring og lyst, når de er på museum. De unge, der synes, de har haft en meget god museumsople-

velse, er også dem, der mest synes, de lærer noget nyt, kommer til at tænke anderledes og forstår tingene bedre; f.eks. angiver hele 92 procent af dem, der synes meget godt om oplevelsen, at besøget gav dem anledning til at tænke anderledes.

Resultatet viser også, at museerne bør satsede mere målrettet på at udvikle unges alternative måder at lære på end dem, unge kender fra skolen. Denne semiformelle læring har især betydning for unge med anden etnisk baggrund end dansk. 63 procent af unge med dansk oprindelse angiver, at museumsbesøget er en god måde at lære på, mens det gælder for

hele 82 procent blandt efterkommere af indvandrere og 84 procent blandt indvandrere. Også når det handler om at lære nyt på museet, er der forskel: 69 procent af danske unge mener, de lærer nyt, mod 83 procent blandt efterkommere af indvandrere og 80 procent blandt unge med indvandrerbaggrund.

SAMLET SET giver undersøgelsen museerne ny dokumentation, som kan bruges til at afklare, hvordan unges museumsbrug bedst styrkes. Resultaterne angiver samtidig, at museerne fortsat skal være opmærksom på velkendte forskelle, hvad angår de unges bopæl og deres sociale og kulturelle baggrund. De forskelle ses tydeligst i de tre brugertyper, undersøgelsen afdækker (19 procent af de unge passer ikke i modellen). Blandt brugertypen *de frivillige* (21 procent) har 66 procent været på tre forskellige museer inden for det seneste halve år; 46 procent kommer med familien; 36 procent bor i Region Hovedstaden; 14 procent finder museer kedelige; 34 procent læser bøger dagligt; 42 procent søger dagligt information på nettet til fritidsbrug; 38 procent har brugt en museumshjemmeside inden for det seneste halve år. Blandt *de vrangvillige* (22 procent) har 58 procent ikke

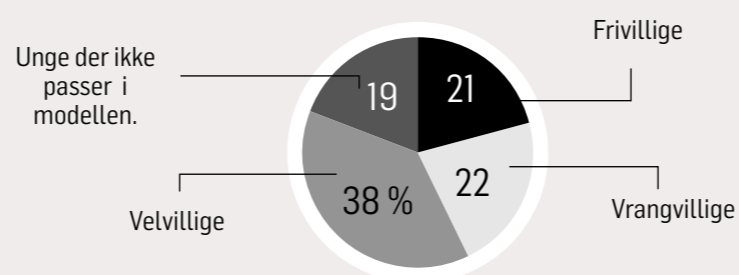
været på museum inden for det seneste halve år; 29 procent af gæsterne kommer med familien og 60 procent med skolen; 21 procent bor i Region Hovedstaden; 37 procent finder museer kedelige; 23 procent læser bøger dagligt; 31 procent søger dagligt information på nettet til fritidsbrug; 16 procent har brugt en museumshjemmeside det seneste halve år. For *de velvilliges* (38 procent) vedkommende har 34 procent været på ét museum inden for det seneste halve år og 7 procent på tre forskellige; 43 procent kommer med familien; 34 procent bor i Region Hovedstaden; 24 procent finder museer kedelige; 26 procent læser bøger dagligt; 41 procent søger dagligt information på nettet til fritidsbrug og 49 procent til skolearbejdet; 24 procent har brugt en museumshjemmeside inden for det seneste halve år.

ISÆR HVIS flere vrangvillige unge skal motiveres til at udnytte museernes ressourcer, spiller skolen fortsat en vigtig rolle sammen med museerne uden for hovedstadsområdet.

analyse@pol.dk

Kirsten Drotner, ph.d., stiftende direktør for Dream, Syddansk Universitet

Unge museumsgæster



Kilde DREAM, 2015