

MERKE ZEP

PUBLIKUMSUDVIKLINGS-
PROJEKT OM
TEATEROPLEVELSEN
FOR BØRN OG UNGE

Teatret

ZEPPELIN



AUGUSTINUS FONDEN

STIFTET 25. MARTS 1942

Rapport og design:
MereZep er støttet af:

Katja Lotsberg Nilsen
Augustinus Fonden

TEATRET ZEPPELIN

Kunstnerisk leder:	Mie Brandt
Administrativ leder:	Lasse Frank
Økonomi- og billetansvarlig:	Katja Neergaard
Teatersekretær:	Louise Borch Petersen
Rekvisitør og værksteds- og husmedarbejder:	Tina Kornerup-Bang
Kommunikationsmedarbejder:	Susan Wood
PR- og servicemedarbejder:	Charlotte Bidstrup
Service og SoMe-medarbejder:	Melissa Keller Kristensen
MereZep-projektleder:	Katja Lotsberg Nilsen
Universitetspraktikant:	Kamilla Mølbjerg Odfeldt

TAK TIL:

Augustinus Fonden
Hele Teatret Zeppelin
Hele Mio, min Mio-holdet
Tove Ditlevsens Skole
Alle skoler, børn, unge og andre, der har deltaget i
MereZep



AUGUSTINUS FONDEN

STIFTET 25. MARTS 1942



Teatret Zeppelin åbnede som københavnsk familieteater i 1994.
Teatret henvender sig til skoleklasser og familiepublikum fra 7 år.

Teatret Zeppelin er et lille storbyteater støttet af Københavns
Kommune, beliggende i Valdemarsgade 15 på Vesterbro.

Teatrets særegenhed er nydramatiseringer af store børnebogs-
klassikere og dansk dramatik med samfundsaktuelle temaer.

Teatret ledes af kunstnerisk leder Mie Brandt og administrativ leder
Lasse Frank.

Følg os på www.facebook.com/TeatretZeppelin

Information og billetbestilling: tlf. 3322 0478 www.zeppelin.dk

INDHOLDSFORTEGNELSE

INDLEDNING	4
MEREZEP	5
1 - DEN TAKTILE TILGANG	6
2 - DEN KUNSTNERISKE TILGANG	7
3 - DEN DIGITALE TILGANG	9
KONKLUSIONER	11
PERSPEKTIVERING	13

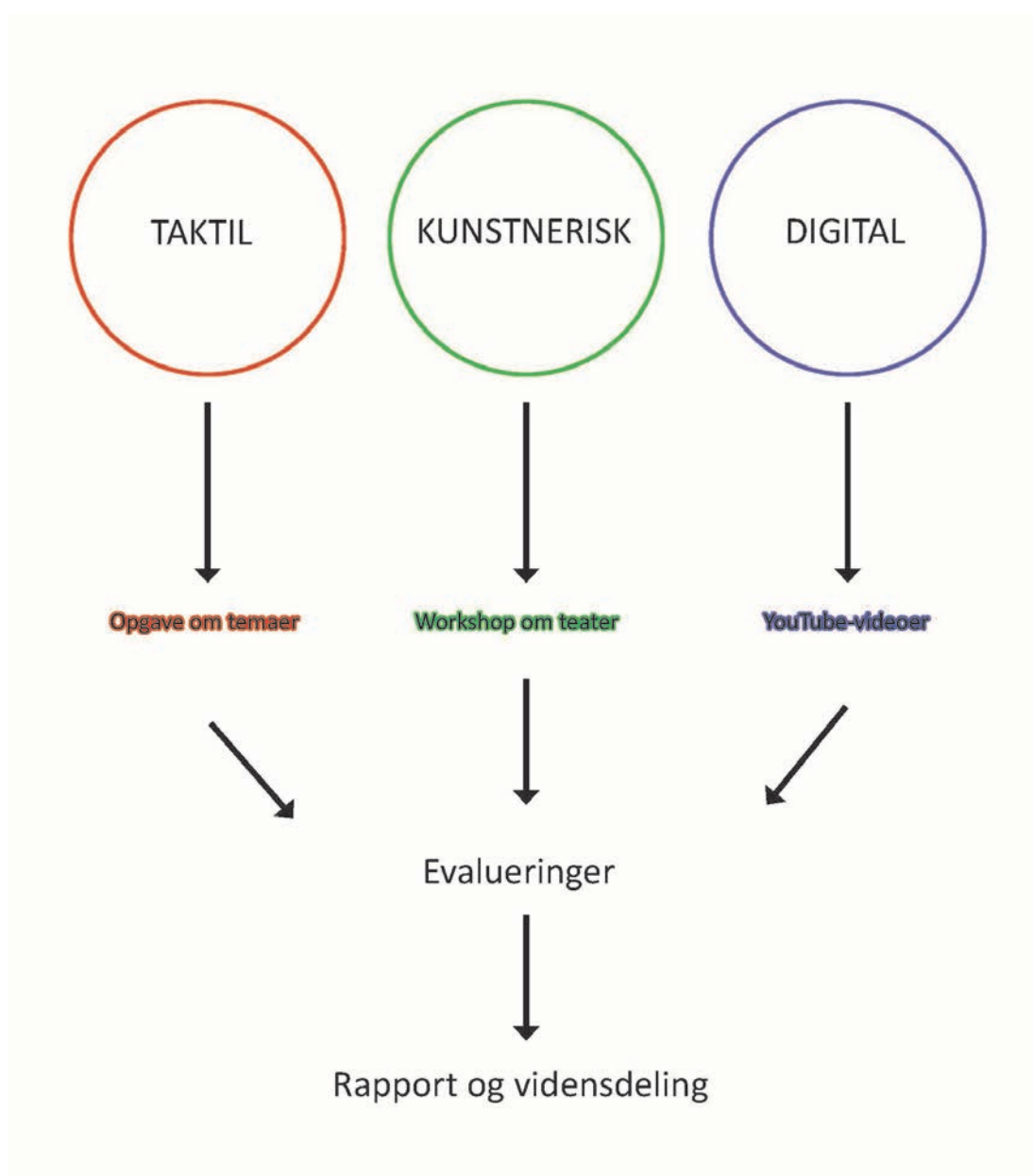
INDLEDNING

Teatret Zeppelin lavede i sæson 21/22 publikumsudviklingsprojektet MereZep. MereZep har til formål at udvide teateroplevelsen og forankre en varig forandring hos Teatret Zeppelins kernepublikum børn og unge. På vores hjemmeside www.zeppelin.dk kan man læse en rapport, som er en gennemgang af projektets baggrund og teori, om projektets udførelse og om projektets resultater med henblik på at vidensdele med resten af scenekunstbranchen. I denne minrapport kan man få et overblik og i kortform læse de allervigtigste pointer fra projektet.



MEREZEP

Målet med MereZep er at udvide teateroplevelsen og forankre en varig forandring hos Teatret Zeppelins kernepublikum børn og unge. For at opnå vores mål besluttede vi at fokusere på aktiviteter uden om selve forestillingerne. MereZep-projektet blev derfor lavet som aktiviteter uden om Teatret Zeppelins succesforestilling Mio, min Mio. Vi besluttede, at MereZep skulle undersøge emnet via tre tilgange.



1 - DEN TAKTILE TILGANG

Tese: ”Ved at opstille rammer, hvor børnene skal lave et kreativt produkt med relation til tematikkerne i Mio, min Mio, vil de reflektere konkret og visuelt over forestillingen og dermed udvikle kompetencer inden for refleksion, dialog og meningsskabelse. Derudover vil de få kropslige erfaringer og opnå en dybere forståelse for forestillingens temaer”.

Dette er tesen for den taktile tilgang. Vi udformede tilgangen som en kreativ opgave, som skoleklasser kunne lave i forbindelse med deres besøg til Mio, min Mio. Opgaven gik ud på, at de skulle lave et valgfrit, kreativt produkt, der afspejlede vigtige temaer fra Mio, min Mio.

Vi endte med at få 5 bidrag til konkurrencen. To klasser havde lavet stop motion-film, to klasser havde lavet plancher, og en klasse havde lavet pop op-bøger. Som evaluering til denne tilgang sendte vi et spørgeskema ud til de undervisere, der havde sendt os bidrag. Projektlederen var også personligt ude at overlevere



Still fra stop motion-film fra 3.b på Skovvangskolen

præmierne til de vindende klasser, hvor der også blev snakket med både lærere og elever om processen og produkterne. På trods af at der kom meget færre bidrag til den kreative konkurrence, end vi havde håbet på, var feedbacken fra dem, der havde deltaget, rigtig positiv. Børnene havde haft det sjovt og lært meget af at lave det kreative produkt, og der var kommet gode snakke og refleksioner ud af det. Projektlederens refleksioner angående denne tilgang er, at det var det rigtige indhold, men at det skulle have været endnu mere simpelt for skolerne at deltage.

VIGTIGSTE POINTER:

- Kreative tiltag er et værktøj til refleksion, dialog og meningsskabelse
- Det er også en hjælp for lærerne til at gå i gang med arbejdet med forestillingen
- Det skal gøres meget SIMPELT og ligetil at udføre

2 - DEN KUNSTNERISKE TILGANG

Tese: ”Ved at lade børnene indgå i en workshop, hvor de skal arbejde med og selv skabe teater, får de skabt nogle kropslige erfaringer, der kan oversættes til en dybere mening med forestillingen og dens temaer. Dette udvikler også børnenes kompetencer inden for refleksion, dialog og menings-skabelse.”

Dette er tesen for den kunstneriske tilgang. Baseret på dramapædagogiske principper af blandt andre pædagog og filosof John Dewey er tanken bag den kunstneriske tilgang, at børnene selv skal have lov til at arbejde med mediet *teater* for at få nye erfaringer og erkendelser koblet til deres teateroplevelse.

Vi skabte derfor en teaterworkshop, hvor børnene får sat nogle ord på teater og teatrets virkemidler, og hvor de også selv skal arbejde med forestillingsevne og med at skabe en scene. Vi lavede workshoppen med 15 forskellige klasser på klassetrinene 1. klasse, 2. klasse, 3. klasse og 4. klasse.



Billede fra teaterworkshop med en 1. klasse på Tove Ditlevsens Skole

”Selvom jeg fik fornemmelsen af, at det havde været svært at komme i gang med at finde på scener, var der stor begejstring og masser af respektfuldt bifald til fremvisningerne. Børnene virkede rigtig glade og tilfredse med det, de var kommet frem til. En af eleverne fra den første gruppe spurgte endda: ’Kan vi ikke have teater som fag?’” – fra refleksionspapir over workshop med en 3. klasse på Vesterbro Ny Skole.

Resultaterne fra workshoppen har været overvældende positive. Både lærere, elever og Teatret Zeppelins projektleder og personale har været begejstrede over dette tiltag. Lærerne har efterfølgende skrevet mails til os med, hvor godt de syntes, det havde været at have teaterworkshoppen, og børnene selv er kommet med kommentarer om, om de ikke kunne få teater som fag i skolen, eller om de ikke kunne lave teater hver dag. Vi har som teater lært meget om, hvordan man på en god måde sætter rammerne for en teaterworkshop, og hvilke udfordringer man kan støde på.

2 - DEN KUNSTNERISKE TILGANG

Denne type teaterworkshops, hvor børnene både får et sprog for at tale om teater og kropslig erfaring med selv at skulle skabe det, er et af de tiltag, vi vil videreføre og videreudvikle.



Billede fra teaterworkshop med en 1. klasse på Tove Ditlevsens Skole

VIGTIGSTE POINTER:

- Teaterworkshops giver vigtige kropslige erfaringer med teatermediet, der kan føre til en dybere refleksion over teaterforestillingen
- Teaterworkshops har været en succes for MereZep
- Det er vigtigt at opridse ”spilleregler” for, hvordan man er sammen og agerer i et teaterrum
- Øvelser skal forklares så simpelt og ufarligt som muligt
- Det gør en stor forskel, om lærerne er til stede og er engagerede

3 - DEN DIGITALE TILGANG

Tese: ”Ved at fokusere på en social platform, som en stor del af vores kernemålgruppe bruger dagligt, er der stort potentiale for direkte kommunikation. Via denne direkte kommunikation kan vi lave målrettet indhold, der uddyber temaer og teatermediet og dermed forlænger teateroplevelsen både før og efter forestillingen.”

Som en del af MereZep havde vi et stort ønske om en digital tilgang, hvor vi ser et potentiale for at kommunikere direkte med vores målgruppe, nemlig børn og unge. Ifølge Medierådet for børn og unge er YouTube det mest brugte sociale medie blandt danske børn og unge, og derfor gav det mening for os at rette vores fokus her.

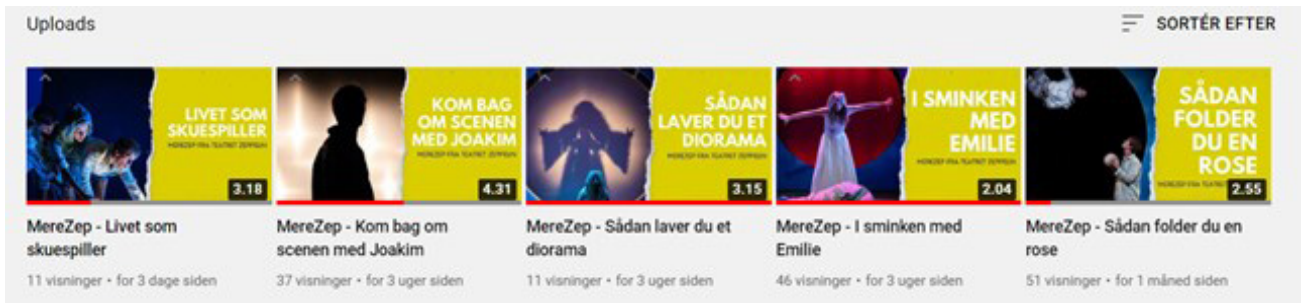


Med stor involvering af børn og unge via forskellige videoworkshops og evalueringer producerede vi 5 videoer. To af dem var DIY-videoer, og tre af dem handlede om skuespillerne fra Mio, min Mio. Vi blev mødt af flere udfordringer:

- For det første var det næsten kun DIY-videoerne, som børnene i sidste ende kunne lide.
- For det andet havde vi undervurderet, hvor stort et projekt det egentlig er at lave video content af god nok kvalitet.
- Og for det tredje nåede vores videoer ikke ud til vores målgruppe.

Videoerne kan søges frem med søgeord som fx ”skuespiller”, men søgeresultater er individuelt tilpasset hver enkel YouTube-konto ud fra en algoritme. Vi kan derfor ikke være sikre på, at vores

3 - DEN DIGITALE TILGANG



videoer optræder blandt de første søgeresultater hos brugerne. Vi prøvede at nå børnene via postkort uddelt på teatret, og vi prøvede at nå dem via de voksne med mails til skolelærerne og Facebook-opslag. Det har ikke hjulpet nok. Vores videoer har fået forsvindende få visninger.

VIGTIGSTE POINTER:

- Det er svært at opnå direkte kommunikation på YouTube, da algoritmer og andre faktorer gør, at man ikke kan styre, hvem ens videoer når ud til - og om de gør det
- YouTube er ellers et medie, hvor målgruppen børn og unge er massivt til stede
- Det tager mange ressourcer at producere videoer
- Børnene i vores paneler angav klart, at det mest spændende var DIY-videoer

KONKLUSIONER

Alt i alt ser vi MereZep som en stor succes for teatret. Det har været spændende og givende at få lov til at undersøge, hvordan vi som teater kan gå ind og udvide børn og unges teateroplevelse og prøve at forankre en varig viden hos dem i forlængelse af vores forestillinger. Vi har både haft rendyrkede succesoplevelser i form af vores teaterworkshops, og så har vi fået en masse læring fra de tiltag, hvor der både har været ting, der fungerede, og ting, der ikke gjorde. Det har givet os ny konkret viden, som vi kan etablere fremadrettet, og det har også givet os nogle meget klare idéer om, hvilke retninger vi kan gå i, hvis vi en dag skal lave endnu et publikumsudviklingsprojekt.

Her kommer de vigtigste pointer, vi har lært af MereZep.

Simpelt er godt

Så kort kan det siges. Det gælder for både rammer og indhold af de ting, som vi laver, der skal videre ud til eksterne interessenter. Sørg for, at rammerne for en kreative opgave eller indholdet i en teaterworkshop er så simpelt og ligetil, som det kan være, for at det stadig kan give det udbytte, man gerne vil have. Jo simple og mere ligetil det er sat op, jo nemmere er det for skoler eller andre interessenter at interagere med.

Formulér klare succeskriterier

Vi var ærgerlige over, at der kun kom fem bidrag til vores konkurrence, men vi var samtidig begejstrede over, at de bidrag, der kom, var så gode, kreative og gennearbejdede. Til en anden gang vil vi formulere nogle klarere succeskriterier for os selv, der kan hjælpe os med at vurdere, hvornår vi regner noget for en succes. Det havde helt sikkert været givende for vores proces.

Indtænk evaluering fra start

I nogle af tilgangene var evaluering en integreret del – for eksempel i vores teaterworkshops. I forbindelse med den kreative opgave kom vi dog senere til at tænke på, at vi gerne ville have sendt spørgeskemaet ud i forbindelse med, at vi modtog bidragene og ikke først, da vinderne var fundet. Vi tænker, at det ville have gjort, at flere havde deltaget, og at evalueringen ikke stod i skyggen for, om man havde vundet eller ej. Derfor vil vi for fremtiden have en klar og konkret evalueringsstrategi helt fra start, og som går forud for de enkelte delprojekters afslutning.

Tænk over ressourcer

Overvej nøje, hvor mange ressourcer, der er til rådighed, og hvor det giver bedst mening at bruge dem. Det er selvfølgelig svært at forudse, at det fx tog meget længere tid end forventet at lave fem videoer – men så må man omlægge sin strategi og skære det ned til tre. Til en anden gang vil vi også vælge nogle præmier til en konkurrence, som man måske kan sende, så en projektleder ikke skal

KONKLUSIONER

bruge en halv arbejdsdag på at køre ud med præmier. Det er et svært område, men vores klare erfaring er, at det kunne have givet meget godt at tænke mere over tidsressourcer, og hvor man kan spare på dem.

Løbende refleksioner er brugbare

Det har været en stor hjælp i arbejdet med evalueringsrapporten, at projektlederen løbende har gjort sig tanker om projektet – fx i form af de refleksionspapirer, der er blevet udarbejdet i forbindelse med teaterworkshops. Generelt har alt skriftligt materiale været meget brugbart, også resultater fra videoworkshops og spørgeskemaer. Det kan derfor være en god idé at prioritere tid til løbende refleksioner og eventuelt også møder om projektet og projektets fremgang.

Vær realistisk

Det er vigtigt at forventningsafstemme med sig selv, hvad man får ud af et projekt og konkrete tiltag. Vi kunne godt have ønsket, at 100 klasser havde deltaget i den kreative konkurrence, og at alle børn på teaterworkshops havde elsket det 100 %, men der vil altid være nogen, der ikke har tid, eller som bare ikke er trykke ved teater/drama, og det er også helt i orden.

Forventningsafstem med eksterne interessenter

Hvis man indgår et samarbejde med nogen, eller som i vores tilfælde skulle ud til eksterne interessenter, har vi lært, at man skal forventningsafstemme. I forbindelse med vores teaterworkshops vil vi til en anden gang formulere på skrift, at vi forventer, at underviseren er til stede og er med i workshoppen, eller i det mindste er den, der holder god ro og orden. Det er en god idé at få foretaget en sådan forventningsafstemning.

Inddrag målgruppen

Det vigtigste kommer til sidst. Vi har lært utrolig meget af at inddrage børnepaneller i både udviklingen og udførelsen af MereZep. Vores idé om, hvad for nogle videoer børn og unge gerne vil se, eller hvad for nogle teaterøvelser, der er sjovest og giver mest, er gætværk, og i mødet med virkeligheden viste det sig at være helt anderledes, end vi tænkte. Vi anede ikke, at børnene ville elske vores DIY-videoer og kede sig under interviews. Vi vidste heller ikke, at børnene ville være usikre i starten af en teaterworkshop, men give sig fuldt ud, når rammerne blev præsenteret klart og simpelt nok. Det har givet os så meget at inddrage vores målgruppe i udviklingen af projektet, og det er nok den vigtigste læring, vi tager med os videre.

Helt konkret står vi nu med en færdigudviklet og gennemprøvet teaterworkshop, som kommer til at indgå som en del af de dramatilbud, vi har under tiltaget ZepZone¹³. Idet teaterworkshoppen er bundet op på Mio, min Mio, skal den selvfølgelig justeres i forbindelse med andre forestillinger, men den skalérbarhed er indtænkt i udformningen af projektet. Det er relativt let at ændre objekterne i objektøvelsen eller stederne i fortællingen og finde på et andet oplæg til de forestillinger, børnene skal lave til sidst.

I forhold til at iværksætte andre tiltag i stil med den kreative konkurrence har vi nu vigtig erfaring. Det bliver nok ikke noget, der bliver sat i spil til hver eneste forestilling, men når teatret har ressourcerne til det, er det en rigtig god mulighed for at udvide teateroplevelsen og sætte nogle tanker i gang, der kan blive til forankret viden.

Med hensyn til videoer kom vi frem til, at det ikke er ressourcerne værd, når det er så svært at nå ud til målgruppen. Hvis vi gør det i fremtiden, kommer det i hvert fald til at være under nogle andre rammer – og helt sikkert med fokus på DIY og hvordan ting bliver lavet hos os. Det digitale er dog et område, der udvikler sig hele tiden, så vi er ikke i tvivl om, at den viden, vi har fået på området, kommer til at være noget, vi værdsætter i mange sammenhænge.

MereZep har givet os meget. Vi kommer til at bruge vores nye viden og erfaringer fra MereZep fremadrettet. Ikke mindst har vi erfaret, at der er masser at arbejde videre med på området. Vi blev mødt med meget positiv feedback fra både børn og undervisere, og vi tror derfor på, at lignende tiltag for målgruppen i fremtiden vil blive godt modtaget. Måske skal vi genbruge de gode idéer fra MereZep, og måske skal vi komme med nogle helt andre vilde idéer. Vi er dog ikke i tvivl om, at børn og unge i høj grad kan opnå glæde, refleksioner og viden via de aktiviteter, vi kan tilbyde.

