Team 3 / Eindoplevering

DESIGN RATIONALE

NATIONAAL ARCHIEF

Project Service Design / Nationaal Archief / Jaimy-lee Krumeich - Jay Raghoebir - Kiki de Ruig

INHOUDSOPGAVE

- Aanleiding & persoonlijke focus 3
- Van Polynesische naar Moluks 4
- De molukse gemeenschap 5
- Rol van tatoeages in de molukse gemeenschap 6
- Probleem situatie 7
- Doelgroep 8
- Design Challenge 9
- Doel & overeenkomsten 10
- Concept ontwikkelingen 11,12,13
- Maatschappelijke impact 14
- Behind the tatu 15
- Molukse wijken 16,17
- De verhalen 18,19
- De posters 20 t/m 24
- Sociale media 25,26,27
- De experience 28,29,30
- De webapplicatie 31 t/m 37
- Het filter 38,39,40

AANLEIDING

Maandag 5 september hebben wij een bezoek gebracht aan het Nationaal Archief, te Den Haag. Het Nationaal Archief bestaat al sinds 1802. Het beheert ruim 7.000 archieven van de landelijke overheid (van de provincie Zuid-Holland en van archieven zoals politici). Ook heeft het nationaal archief 142 km aan planken vol dozen; 15 miljoen foto's; 30.000 kaarten en tekeningen en 800TB aan digitaal archief.

Binnenkort komen zij met een vernieuwde tentoonstelling over cartografie. Daarvoor heeft het Nationaal Archief ons gevraagd om een digitale installatie buiten de tentoonstelling te creëren voor een doelgroep van 20-25 jaar om aandacht te trekken naar deze tentoonstelling over cartografie.

PERSOONLIJKE FOCUS

De opdracht is bekend gemaakt en bij ons ging direct een belletje rinkelen. Maar niet op de manier zoals vele zouden denken. Onze focus ging direct uit naar tatoeages. "Tatoeages?' hoor ik je nu zeggen. Ja. Tatoeages vertellen vaak verhalen over de personen die zij dragen op hun eigen lichaam. De overeenkomsten met cartografie geld voor ons als het volgende: het lichaam van de mens is als het canvas van de kaart. De tatoeages zijn als de illustraties van de kaarten die een verhaal vertellen.

Met tatoeages als grootste uitgangspunt zijn wij een onderwerp gaan zoeken die dicht bij de tentoonstelling en ons concept staat. En dit ging niet zonder slag en stoot...

VAN POLYNESISCHE NAAR MOLUKS

POLYNESISCHE CULTUUR → **MOLUKSE CULTUUR**

Ons eerste uitgangspunt was de Polynesische cultuur.
De tatoeages die zij op hun lichaam dragen hebben veel symbolische betekenissen. Een perfecte koppeling met ons concept. Echter kwamen wij er tijdens de presentaties achter dat dit onderwerp te ver van de tentoonstelling van het Nationaal Archief stond. Na verder onderzoek te hebben gedaan kwamen wij bij de Molukse gemeenschap uit. Wederom een gemeenschap die veel symboliek gebruikt in hun tatoeages, of hoe hun het noemen: lichaamsmarkeringen.

Het Nationaal Archief heeft zelf ook informatie tot hun beschikking over de Molukse gemeenschap. Ideaal voor ons om hier mee verder te gaan.

Hierdoor kunnen wij oude Molukse kaarten gebruiken van de eilandgroepen en de huidige Molukse wijken die zich in Nederland bevinden om zo de connectie met het Nationaal Archief te behouden.

DE MOLUKSE GEMEENSCHAP

Onder Molukkers worden degenen verstaan die van 1951 tot en met 1962 naar Nederland kwamen, hun kinderen en hun kleinkinderen.De Molukken zijn een Melanesische-Austronesische bevolkingsgroep die de oorspronkelijke bevolking uitmaken van de eilandenreeks de Molukken, die sinds 1950 onderdeel zijn van Indonesie. Na de beëindiging van het Nederlandse bestuur over Nederlands-Indie zijn veel Zuid-Molukkers die beroepssoldaat waren in het Koninklijk Nederlandsch-Indisch Leger door de Nederlandse overheid naar Nederland gebracht. Een deel van hen woont bij elkaar Molukse wijken.

De Molukkers spreken ruim honderd verschillende talen, die in meerderheid behoren tot de Centraal-Malayo-Polynesische talen, vooral de Centraal-Molukse talen. Een belangrijke uitzondering is het eiland Halmahera en omringende eilanden, waar de meerderheid van de bevolking een van de West-Papoeatalen spreekt. Een andere belangrijke uitzondering is het Ambonees of Ambonees Maleis, een op het Maleis gebaseerde creoolse taal, die vooral op Ambon en het nabije Ceram wordt gesproken.

AANTAL MOLUKKERS IN NEDERLAND

De basis van de Molukse gemeenschap in Nederland werd gelegd toen in 1951 circa 12,5 duizend voornamelijk voormalige militairen van het Koninklijk Nederlands-Indisch Leger (KNIL) en hun families in Nederland arriveerden. In de daaropvolgende 67 jaar is het aantal Molukkers in Nederland uitgegroeid tot een groep van ruim 71 duizend personen, bestaande uit de Molukse migranten, hun kinderen en kleinkinderen.

Volgende Blz. Molukse cultuur en tatoeages →

ROL VAN TATOEAGES IN DE MOLUKSE GEMEENSCHAP

Er is waarschijnlijk geen groep in Nederland die zich zo uitgebreid tatoeëert als de Molukkers.

Traditioneel gezien is het zetten van de Pa'atei tatoeages typerend voor de Molukse gemeenschap. Dat was het in ieder geval tot en met de negentiende eeuw. Het was toen en daar vooral verbonden aan het bereiken van een nieuwe leeftijdsfase of aan een bijzondere prestatie of gebeurtenis.

“

De traditionele Molukse tatoeages hebben te maken met de balans tussen leven en dood en met laten zien wie je bent. Je kunt er je eigen interpretatie aan geven die verbonden is met jezelf. Door ze te dragen blijft onze cultuur levend en wordt die niet vergeten. Dat vind ik belangrijk, ook al leef ik hier en ben ik niet van plan daar te gaan wonen. Mijn wortels liggen dáár, maar hier heb ik mijn speerpunt neergezet. Het doet er niet toe waar ik ben, mijn wortels gaan niet dood,' zegt As'se Matulessij, een jonge Molukse man.

- Bron / immaterieelerfgoed.n

PROBLEEM SITUATIE

Het grootste onderdeel van ons concept zijn de verhalen van de Molukse gemeenschap. Deze verhalen hebben een emotionele belading voor de Molukkers, omdat de gebeurtenissen van vroeger niet altijd positief voor hun cultuur zijn geweest. Om toch iedereen zijn verhaal te kunnen laten doen en onderdeel te laten zijn van ons concept moeten wij een oplossing verzinnen om de Molukkers hun verhaal te kunnen laten vertellen maar wij de personen buiten onze doelgroep niet buiten sluiten.

Ook mogen de symbolen die de Molukse gemeenschap dragen niet door niet-Molukse mensen gedragen mogen worden,

Voor deze problemen is het voor ons belangrijk een oplossing te vinden en te verwerken in ons concept.

DE DOELGROEP

Molukse jongeren tussen de 20-25 jaar

DESIGN CHALLENGE

"Hoe kunnen wij Molukse jongeren stimuleren doormiddel van tatoeages om terug te grijpen naar de identiteit van hun voorouders en daarbij ruimte te creëren voor hun eigen verhaal?

DOEL & OVEREENKOMSTEN

Het Nationaal Archief heeft ons de vrijheid gegeven om aan de slag te gaan met het onderwerp cartografie, met als doelgroep personen tussen de 20 en 25 jaar. Onze aanname was dat mensen van deze leeftijd niet altijd interesse hebben in dit onderwerp. Om toch hun aandacht te kunnen trekken zijn wij op een andere manier naar het onderwerp gaan kijken. Wat nou als de tatoeage op je lichaam de informatie op een kaart is. Alleen is het canvas geen papier of applicatie, maar jouw eigen lichaam. Met daarop jouw eigen verhaal.

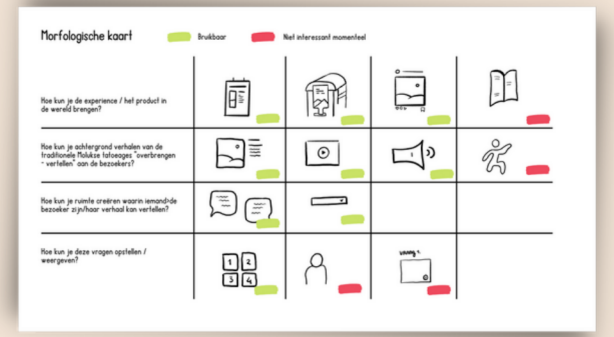
Ons doel is daarom doormiddel van de Molukse gemeenschap en hun cultuur de doelgroep zo naar een markering te laten kijken. Het is binnen de Molukse gemeenschap belangrijk dat wanneer je graag markeringen wilt dragen, je de verantwoordelijkheid voor hun cultuur met je mee neemt.

Doormiddel van de belevenis bij onze experience hopen wij dat de Molukse jongeren de oorsprongsverhalen van hun voorouders gaan begrijpen en hunzelf de vraag te stellen wie zij daadwerkelijk zijn.

CONCEPT ONTWIKKELINGEN

EERSTE CONCEPT

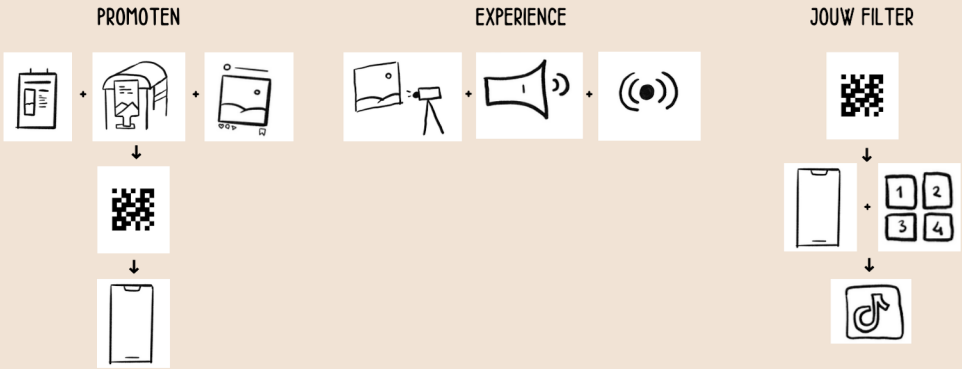
Ons eerste concept hebben wij gepresenteerd in demo 3, hierin hebben wij uitgelegd dat wij een experience willen maken (soort expositie), waarin bezoekers verhalen achter de tatoeages kunnen beluisteren en dat zij doormiddel van de interactieve Molukse kaart op de grond kunnen zien waar deze verhalen vandaan komen. Na sprint 3 hebben wij diverse methodes gebruikt om ons concept concreter te maken, zoals de Morfologische kaart



MORFOLOGISCHE KAART

Door een morfologische kaart te maken kunnen wij keuzes maken uit welke deelfuncties wij willen toepassen binnen ons concept. Wij hebben onszelf diverse vragen gesteld en mogelijkheden getekend en uiteindelijk in team verband besloten welke functies het beste bij ons concept past.

UITKOMSTEN METHODE



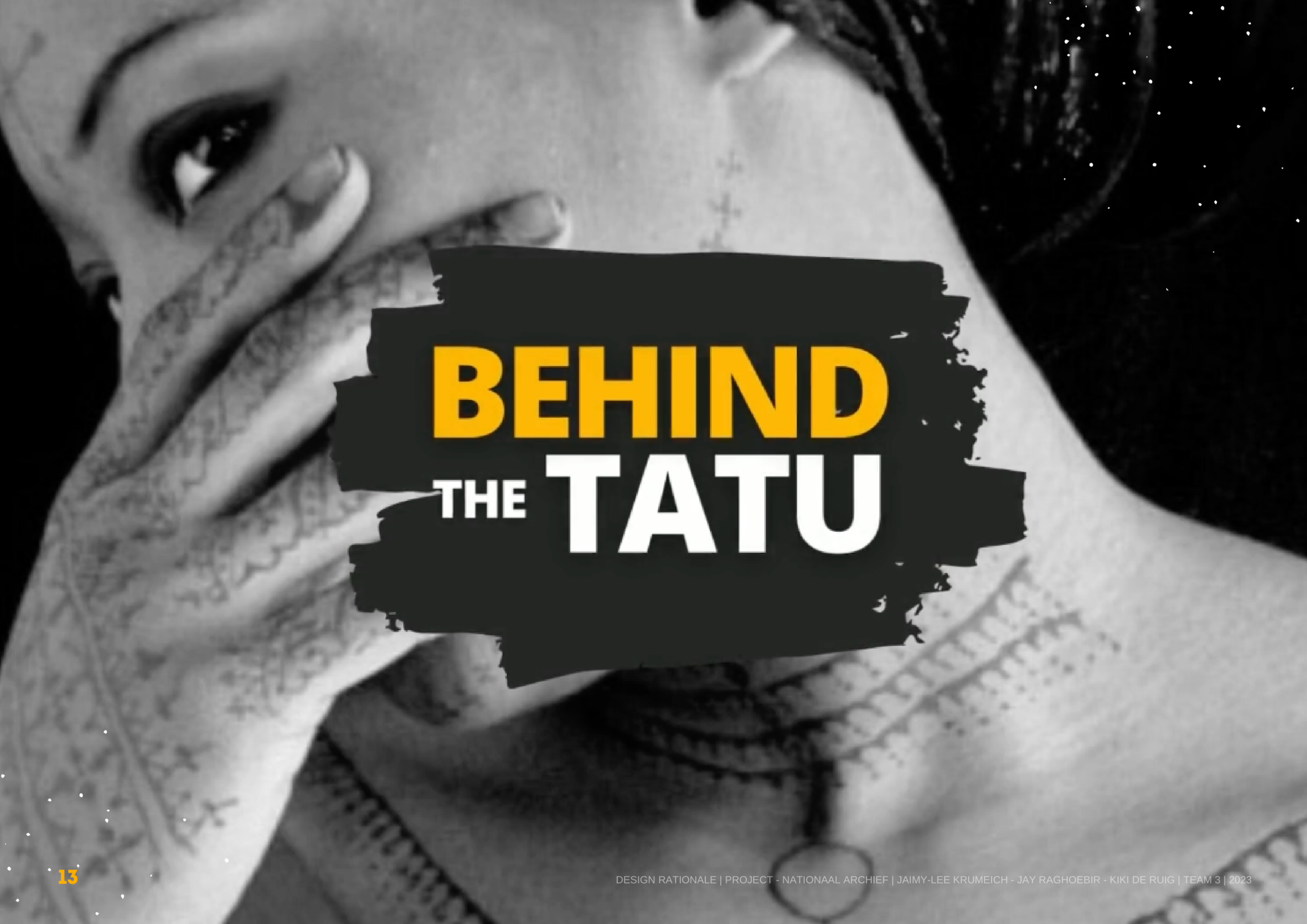
VERANDERINGEN IN HET CONCEPT

Waar onze focus eerst vooral op de Experience lag hebben wij uiteindelijk besloten dit een kleiner onderdeel te maken van ons concept.

Het belangrijkste onderdeel van ons concept is nu de webapplicatie. Waar alles bij elkaar komt. De verhalen, de kaarten, het filter en de bewustwording van alles wat daar bij komt kijken.

De koppelingen van de promotie doormiddel van posters en social media lijden hier naartoe, de experience gaat hier verder en je komt alles te weten over de jonge generatie van de Molukse gemeenschap.

VOLGENDE BLZ. DEFINITIEVE CONCEPT →



BEHIND THE TATU

MAATSCHAPPELIJK IMPACT

De maatschappelijke impact van ons project ligt vrij hoog. Wij zijn aan de slag gegaan om vooroordelen over tatoeages weg te nemen doormiddel van het verhaal achter het plaatje toe te lichten aan de doelgroep. Dit doen wij doormiddel van het geven van een anders perspectief van tatoeages met een koppeling naar cartografie.

Daarnaast gebruiken wij de verhalen vanuit de Molukse gemeenschap die een grote impact op hun leven hebben gehad. Zowel voor de voorouders als voor de jongere generatie die de verhalen van hun voorouders met hun mee dragen.

BEHIND THE TATU

"Behind the Tatu" neemt zijn bezoekers mee tijdens een reis door de cultuurverhalen van de jonge generatie Molukkers, hun markeringen en de koppeling naar hun voorouders.

Tijdens deze belevenis worden bezoekers en gebruikers aangezet om met een andere blik naar de informatie te kijken en verder te denken dan alleen hun aannames.

Doormiddel van de combinatie van de kaarten en de markeringen proberen wij de bezoekers/gebruikers te laten nadenken over de volgende stelling:

"De kaarten die worden getoond zijn hetzelfde als de lichaamsmarkeringen bij de Molukkers. Waar het lichaam het canvas is en de markeringen de informatie die wordt verteld."

BEHIND THE TATU

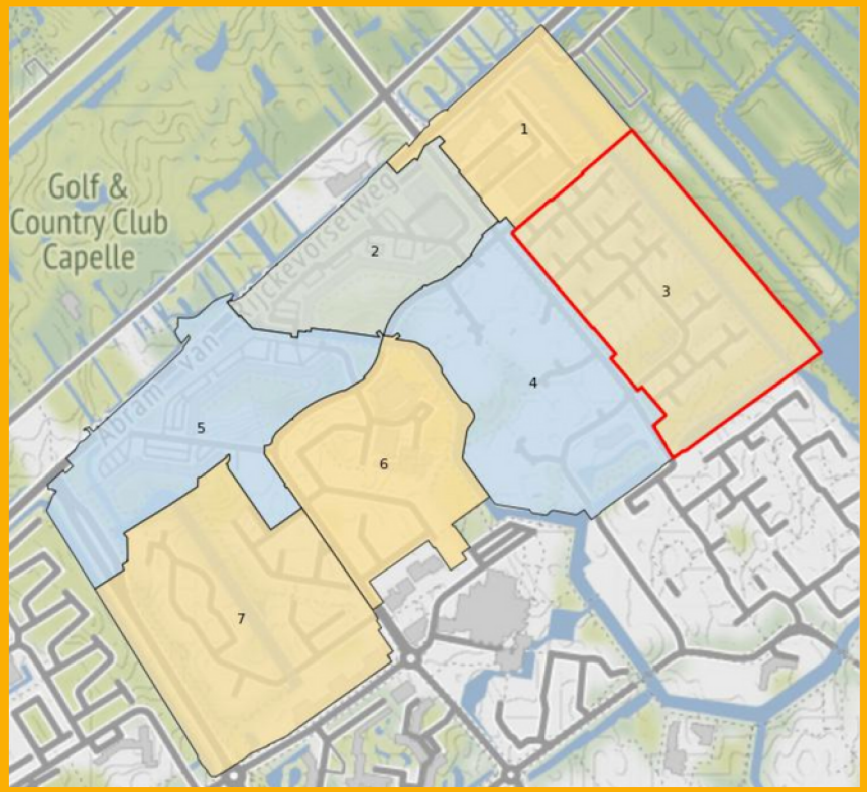
MOLUKSE WIJKEN

Voor onze experience hebben wij een Molukse wijk uitgekozen. De Molukkenbuurt heeft afgerond een totale oppervlakte van 13 hectare, waarvan 12 land en 1 water (100 hectare is 1 km2). De gemiddelde dichtheid van adressen is 1.953 adressen per km2. Er wonen 305 huishoudens in Molukkenbuurt. Postcode 2905 is de meest voorkomende postcode in Molukkenbuurt. Molukkenbuurt ligt binnen Wijk Oostgaarde Noord in de gemeente Capelle aan den IJssel.

INWONERS NAAR LEEFTIJD - MOLUKKENBUURT

In de Molukkenbuurt wonen +/- 70 mensen die binnen de doelgroep vallen. Deze personen behoren tot de derde generatie Molukken. De doelgroep die wij willen aansporen zich te verdiepen in de markeringen van hun voorouders en anders te laten kijken naar het onderwerp kaarten.

Bron - AlleCijfers.nl



Molukkenbuurt -
Capelle aan den IJssel.

ANDERE MOLUKSE WIJKEN

NOORD HOLLAND

- Medemblik
- Wormeveer
- Amsterdam

ZUID HOLLAND

- Capelle aan den IJssel
- Almere
- Leerdam
- Denhaag

Er zijn verschillende andere steden waar Molukse wijken zich bevinden en waar de experience geplaatst zou kunnen worden. Deze zijn allemaal zo dicht mogelijk geselecteerd rond het Nationaal Archief.

DE VERHALEN

Ons concept bestaat voor het grootste gedeelte uit de verhalen van de Molukse gemeenschap en hun markeringen.

Tijdens het verzamelen van deze verhalen doormiddel van het versturen van privé berichten op Instagram zijn wij erachter gekomen dat de jongere generatie Molukkers behoefte heeft om hun verhaal te delen. Wel zijn zij benieuwd waarvoor dit gebruikt gaat worden omdat de verhalen veel voor hun betekenen.

De verhalen worden verwerkt in de experience en de webapplicatie.

Helemaal prima. Zal wel even enkele daagjes duren want ik wil wel de tijd nemen om het goed uit te leggen en te verwoorden. Daar kan ik nog wel eens moeite mee hebben 🙄

Wat leuk dat je hierover een project wilt doen! Ik sta er zeer zeker voor open om je er meer over te vertellen. Deze markeringen hebben een super speciale betekenis voor mij en dat deel ik graag!

Ben super blij dat jullie me gevraagd hebben echt waar! Dank jullie wel

DE POSTERS

Om de doelgroep op de hoogte te stellen van de experience en webapplicatie hebben wij een serie aan posters ontworpen.

De posters bestaan uit verschillende beelden van mensen uit de Molukse gemeenschap met zichtbare markeringen. Daarnaast proberen wij het onderwerp toe te lichten met verschillende headings. Naar de tekst is de datum, locatie en weblink zichtbaar. Mensen kunnen door het scannen van de QR-code gemakkelijk bij de web applicatie terecht komen.

De posters worden opgehangen in bepaalde Molukse wijken rondom Capelle aan den IJssel en geplaatst in bushokjes als abri.

BEHIND THE TATU
23 FEB
Mijn lichaam, mijn canvas.
BEHIND THE TATU
AN EXPERIENCE ABOUT MOLUQYE STORIES.
www.behindthetatu.com
Stadsplein | Capelle aan den IJssel

BEHIND THE TATU
23 FEB
Dit ben ik, wie ben jij?
BEHIND THE TATU
AN EXPERIENCE ABOUT MOLUQYE STORIES.
www.behindthetatu.com
Stadsplein | Capelle aan den IJssel

BEHIND THE TATU
23 FEB
Iedereen is anders, ieder verhaal is anders.
BEHIND THE TATU
AN EXPERIENCE ABOUT MOLUQYE STORIES.
www.behindthetatu.com
Stadsplein | Capelle aan den IJssel

BEHIND THE TATU
23 FEB
Mijn lichaam, mijn canvas.
BEHIND THE TATU
AN EXPERIENCE ABOUT MOLUQYE STORIES.
www.behindthetatu.com
Stadsplein | Capelle aan den IJssel

BEHIND THE TATU
23 FEB
Een markering die onze band weergaf en sterk zou maken en houden.
BEHIND THE TATU
AN EXPERIENCE ABOUT MOLUQYE STORIES.
www.behindthetatu.com
Stadsplein | Capelle aan den IJssel

OPZET TESTPLAN

Voor het kiezen van de poster hebben wij gebruik gemaakt van een Testplan waar wij een A/B test afnamen met een aantal respondenten om zo een keuze te kunnen maken welke poster wij zouden inzetten voor de campagne.

Een A/B-test is een experimentele methode om te bepalen welke van twee versies van een product, website of marketingcampagne het beste presteert.

Wij hebben twee keer een A/B test gedaan met twee verschillende varianten als het gaat om headlines, kleur en beeld. De varianten worden hiernaast getoond.

A

5 respondenten

B

5 respondenten

A

5 respondenten

B

5 respondenten

RESULTATEN

Wij hebben een kleine test online uitgevoerd. Samen met Kiki ben ik een online vergadering gestart met 5 studenten en Jay ook met 5 andere studenten. Wij hebben beide 2 posters voor gelegd en gevraagd welke zij het meeste aanspreekt. Wanneer wij deze test fysiek hadden afgelegd hadden wij er misschien ook achter kunnen komen op welke poster zei het snelst de QR code zouden scannen, maar nu legde wij de focus op: aantrekkingskracht.

A

2 stemmen

B

3 stemmen

A

1 stem

B

4 stemmen

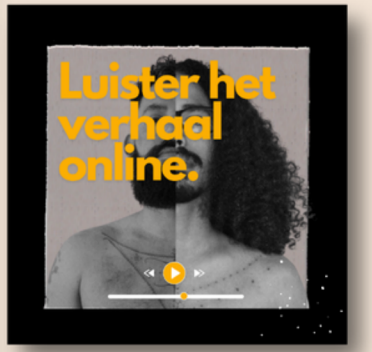
REFLECTIE

Door wat kort tijd hebben wij onze testplan niet kunnen uitvoeren als gewild, maar hebben we geprobeerd er wel wat uit te halen. Deze resultaten zullen we ook gaan verwerken in ons product. Als team weten wij nu beter wat een a/b test inhoudt en zullen wij dit toepassen in een volgend project. Naar ons gevoel zou dit het beste werken met een prototype - landingspaina.

ONLINE PROMOTIE

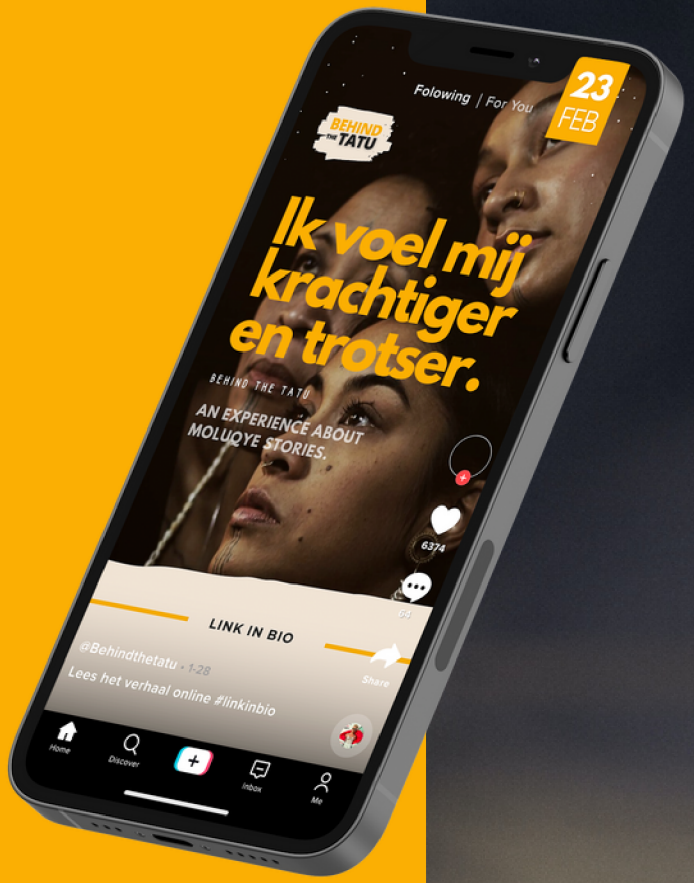
Naast de analoge posters wordt er ook een een social media campagne ingezet om zo verschillende doelgroepen te traceren. Naast de vastgestelde doelgroep hopen wij ook andere mensen met een andere blik naar tatoeages te laten kijken en hen te inspireren.

SOCIALE MEDIA - INSTAGRAM



SOCIAL MEDIA - TIKTOK

TikTok is één van de snelst groeiende social media apps op dit moment en is razend populair bij jongeren



DE EXPERIENCE

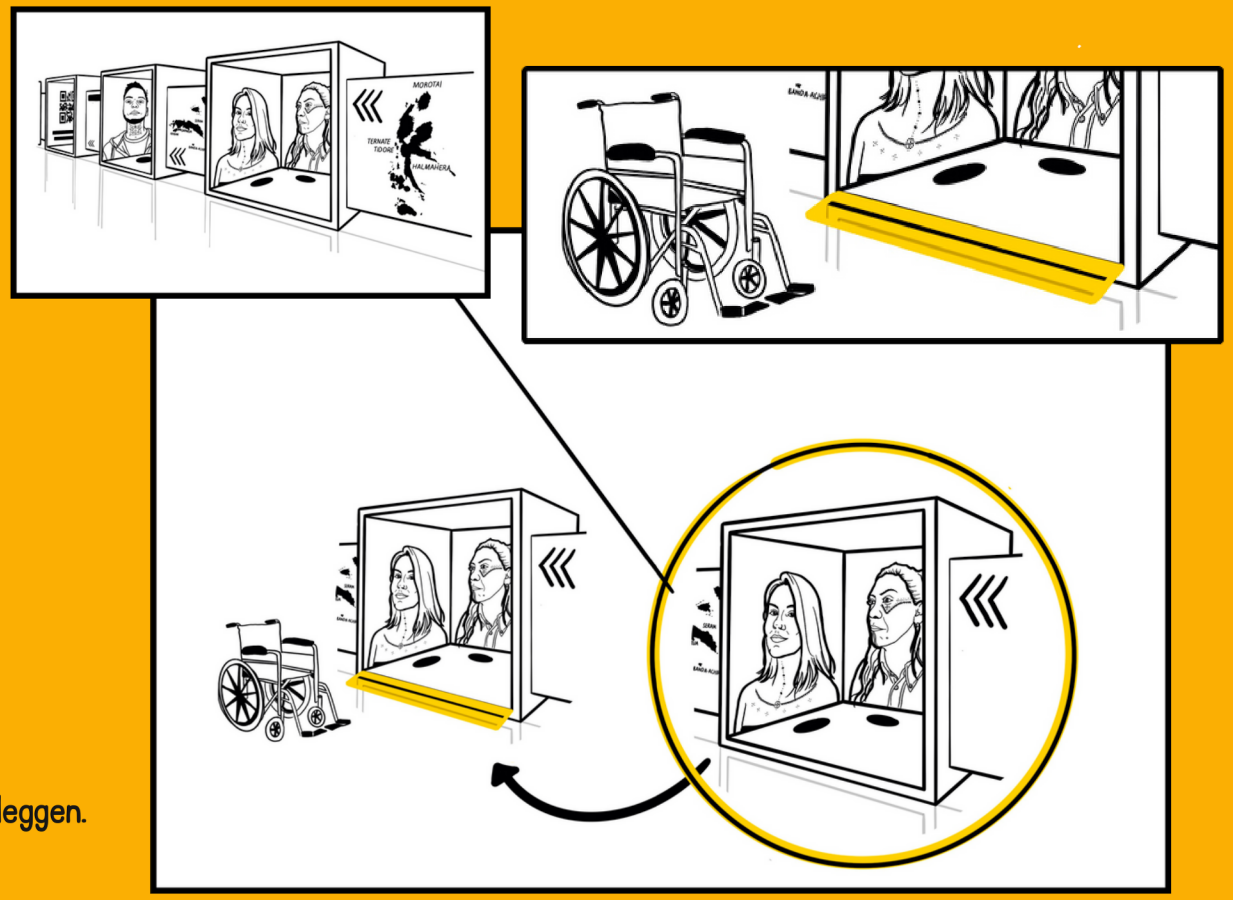
De experience bestaat uit verschillende cabines die zijn gevestigd in het centrum van Capelle aan den IJssel. Wanneer je de cabine instapt (6 pers. 5:15min) wordt er een gesprek gestart tussen drie personen die met elkaar spreken over de betekenis van hun markeringen en wat deze voor hen betekenen. Naast elke cabine staat een informatie bord met daarop de eilandgroep van deze personen hun afkomstig of die van hun voorouders.

INCLUSIEVE SAMENLEVING

Toegankelijkheid experience

ROLSTOEL TOEGANKELIJK

Rekening gehouden met de inclusieve samenleving uitleggen.



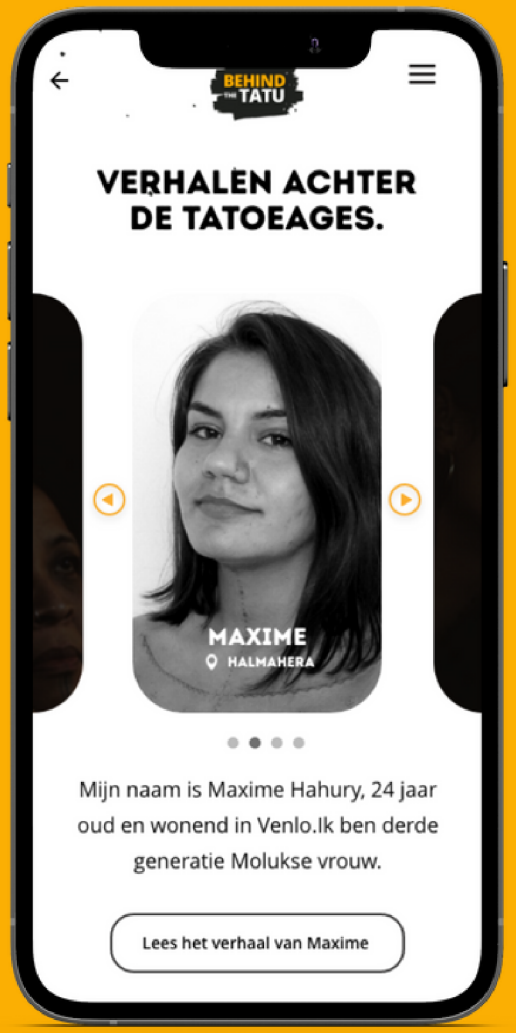
BEHIND THE TATU WEBAPP

Uitleg over de applicatie

VERHALEN BELUISTEREN

In de webapplicatie kunnen alle verzamelde verhalen van de jonge generatie Molukkers met markeringen gelezen of beluisterd worden. Hier kom je er echt achter wat voor hun en hun voorouders deze markeringen daadwerkelijk betekenen.

BEHIND THE TATU
"Mijn lichamelijke kaart"
VERHALEN ACHTER MOLUKSE TATOEAGES.
Lees het verhaal van Maxime
OVER BEHIND THE TATU
23-02-2023 T/M 23-03-2023
en experience over de achtergrond
halen van de Molukse jongeren. Kom
meer te weten over de Markingen en de


BEHIND THE TATU
VERHALEN ACHTER DE TATOEAGES.
MAXIME
HALMAHERA
Mijn naam is Maxime Hahury, 24 jaar oud en wonend in Venlo.Ik ben derde generatie Molukse vrouw.
Lees het verhaal van Maxime

MAXIME DEELT HAAR VERHAAL.
Mijn naam is Maxime Hahury, 24 jaar oud en wonend in Venlo.Ik ben derde generatie Molukse vrouw. En dit is mijn verhaal.
Rond het begin van het jaar 2021 zag ik de posts van bung Joe (patasiwatatu) voorbij komen. Zijn posts maakte wat in mij los. De posts met foto's van deze mooie mensen met hun markering. Hun ogen waarin zoveel emotie is te zien. Dit wekte bij mij veel intresse op waardoor ik hierna ook bung Joe een bericht heb gestuurd met de vraag

OVER BEHIND THE TATU

In de webapplicatie kun je alle informatie over de experience in Capelle aan den IJssel vinden. Zo ben je op de hoogte van de gebeurtenissen, vind je snel de route en kun je zelf inplannen om de experience te bezoeken.

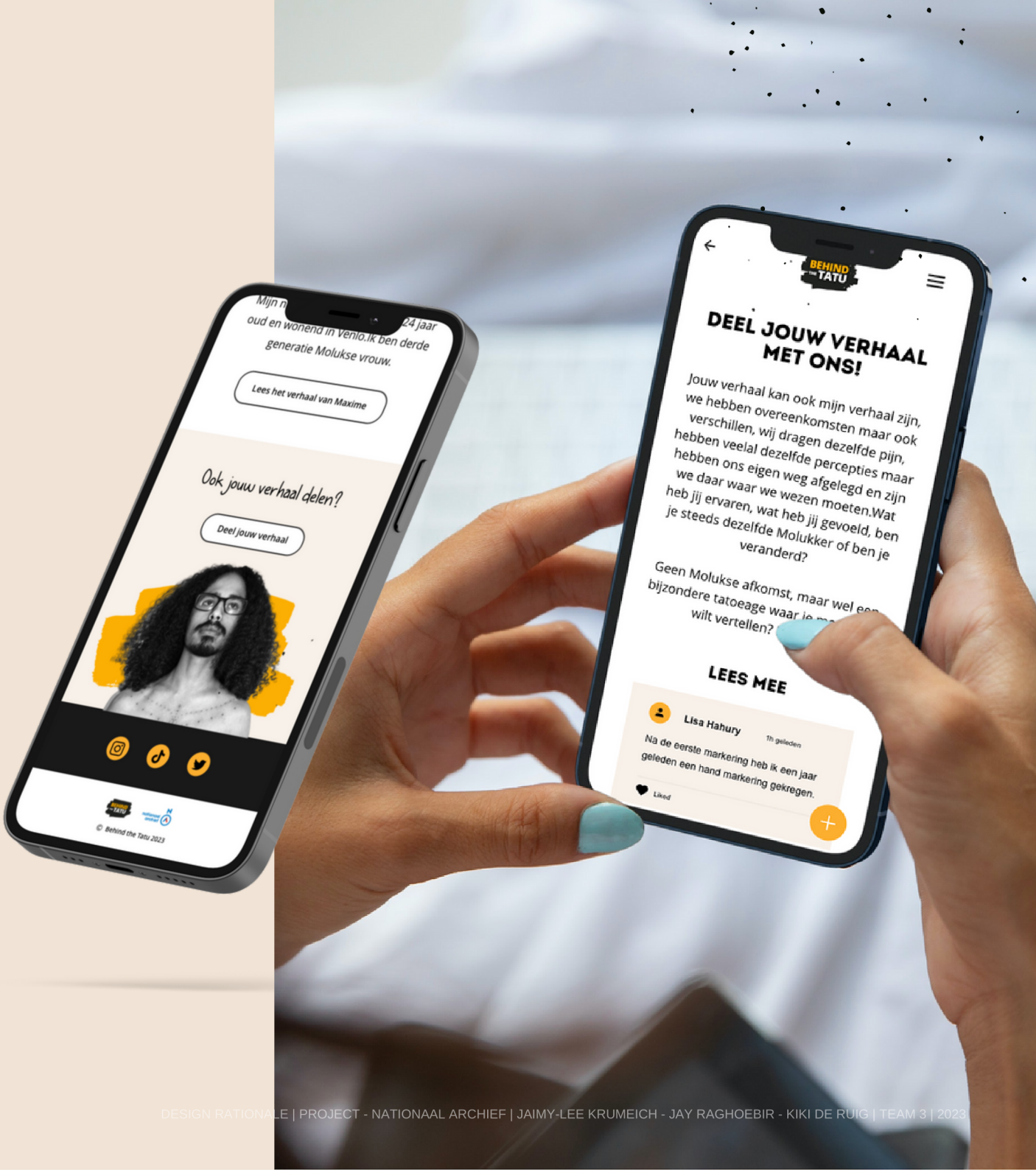
OVER BEHIND THE TATU
23-02-2023 T/M 23-03-2023
en experience over de achtergrond
halen van de Molukse jongeren. Kom
meer te weten over de Markingen en de
Molukse cultuur.
Meer over de experience

BEHIND THE TATU
DE EXPERIENCE
23-02-2023 T/M 23-03-2023
BEHIND THE TATU
"Behind the Tatu" neemt zijn bezoekers mee tijdens een reis door de cultuurverhalen van de jonge generatie Molukkers, hun markeringen en de koppeling naar hun voorouders.
Tijdens deze belevenis worden bezoekers en gebruikers aangezet om met een andere blik naar de informatie kijken en verder te denken dan alleen hun aannames.

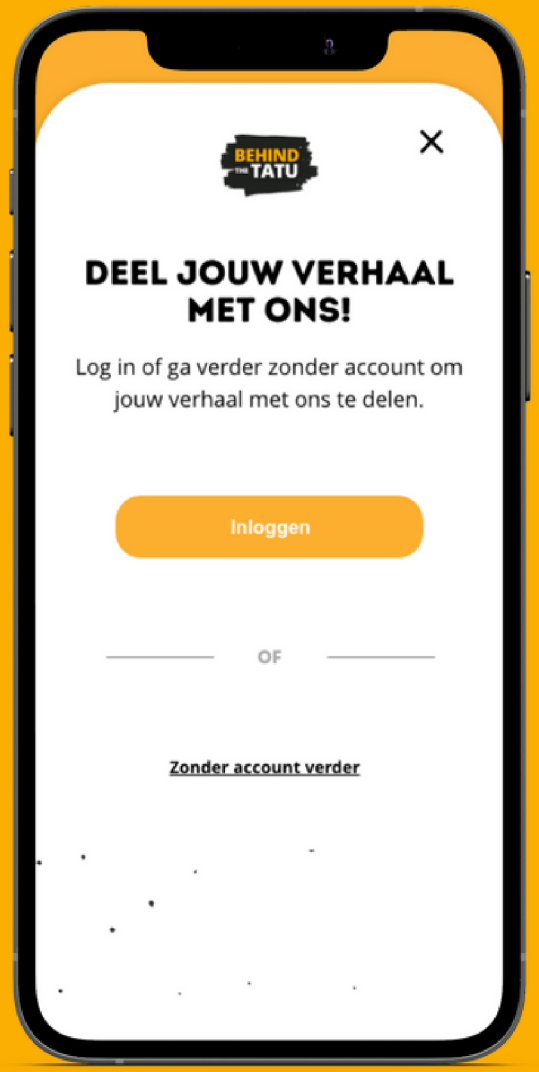
LOCATIE
Stadsplein | Capelle aan den IJssel
BEHIND THE TATU
NATIONAAL ARCHIEF
Vragen over je afkomst of wil je archief inzien? Dan kan je terecht bij het Nationaal Archief met al jouw vragen.
Contact opnemen
© Behind the Tatu 2023

DEEL JOUW VERHAAL.

Ben je de promotie tegen gekomen, of heb je onze experience bezocht en wil jij ook je verhaal kwijt? In onze webapplicatie krijg je hiervoor de mogelijkheid. Iedereen heeft zijn eigen verhaal en het is mooi om deze met elkaar te kunnen en mogen delen.



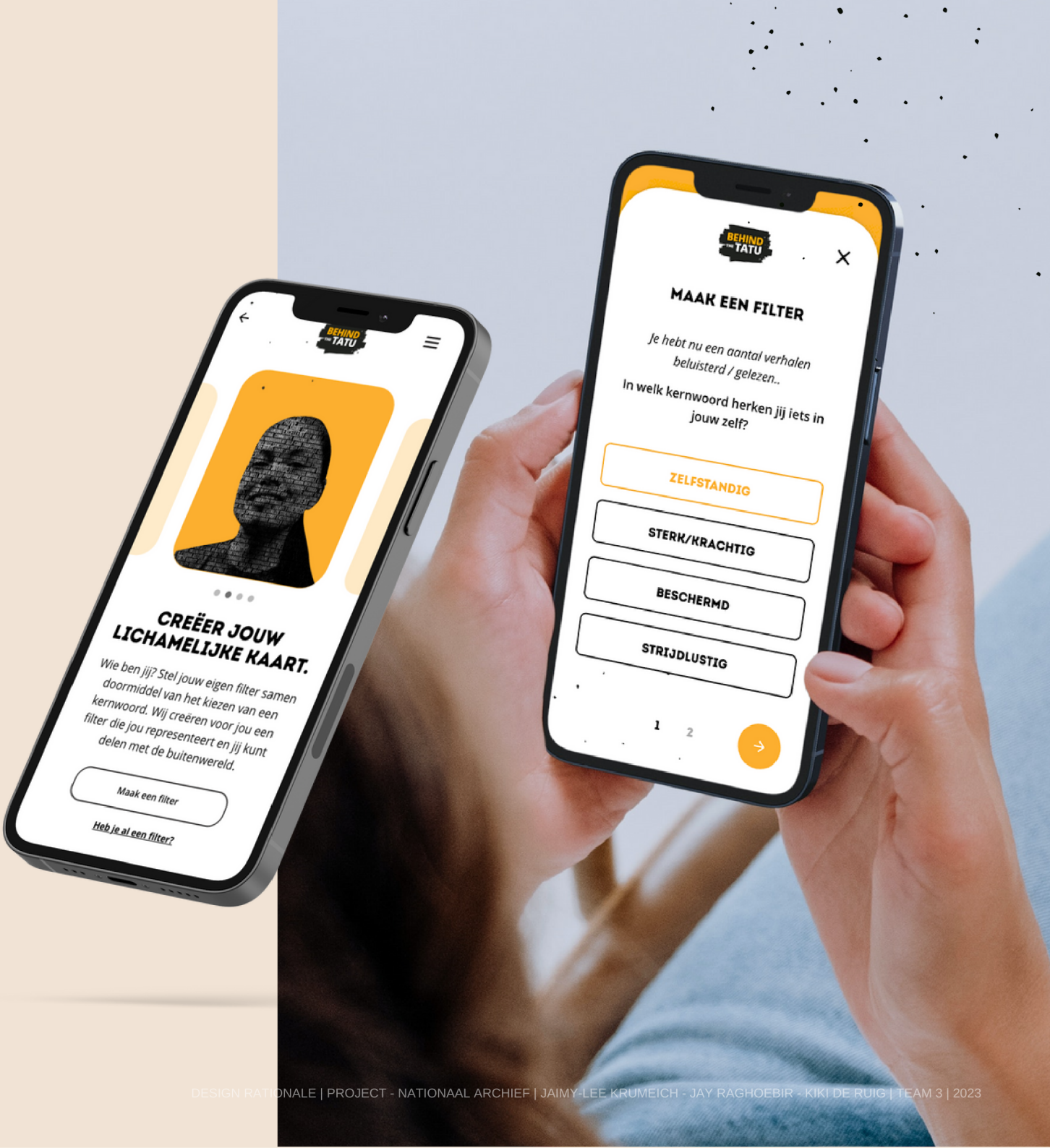
trotser en meer beschermd als voorheen
Like
Tamara Van Drentje
2h geleden
Mijn eigen idee, dus niet echt traditioneel. Het eiland Haruku waar mijn oma vandaan komt, ingekleurd met de kleuren van de Molukse vlag. Met daarin de tekst Ale rasa bèta rasa. Wat betekent. Wat jij voelt, voel ik ook. Met de initialen van mijn oma. Eerbetoon aan de sterke vrouw die ze was en de vrouwen die ze heeft opgevoed die uit datzelfde hout zijn gesneden.
Like
© Behind the Tatu 2023


BEHIND THE TATU
DEEL JOUW VERHAAL MET ONS!
Log in of ga verder zonder account om jouw verhaal met ons te delen.
Inloggen
OF
Zonder account verder

BEHIND THE TATU
DEEL JOUW VERHAAL MET ONS!
Jouw naam
Typ een bericht
Foto toevoegen
Versturen

BEHIND THE TATU FILTER

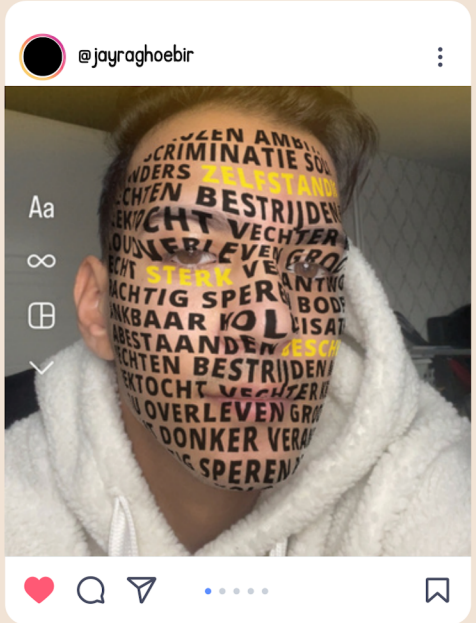
Om jonge Molukkers en andere jongeren de vraag te stellen wie zij zijn, en verhalen kunnen delen met de buiten wereld hebben wij een optie om een filter te creëren om zo Behind the Tatu in de wereld te houden.



Scan de QR-Code en wees èèn van de eerste die het filter in ontvangst mag nemen!

@jaimkrumeich
DIT BEN IK.
IK BEN KRACHTIG.
#WIEBENJIJ? #MIJNLICHAMELIJKEKAART

@kikideruig
DIT BEN IK.
IK BEN ZELFSTANDIG.
#WIEBENJIJ? #MIJNLICHAMELIJKEKAART


@jayraghoebir
Aa

@Charlysky

16:07
WhatsApp
BEHIND THE TATU
DIT BEN IK.
IK BEN ZELFSTANDIG.
#WIEBENJIJ? #MIJNLICHAMELIJKEKAART
Aa
Dit ben ik, en jij?
by jaysrdesign_