

UNIVERSITEIT ANTWERPEN

FACULTEIT TOEGEPASTE ECONOMISCHE WETENSCHAPPEN

Impactmeting bij Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen

Een ontwerpgericht onderzoek naar diepgaande methodes
om niet-instrumentele impact van lokaal cultuurbeleid in
kaart te brengen.

Liza Renders

Masterscriptie voorgedragen tot het bekomen
van de graad van:

Master in de Toegepaste Economische
Wetenschappen – Cultuurmanagement

Promotor
Prof. B. Verbergt

Praktijkbegeleider
Mieke Van Geel

ABSTRACT

Liza Renders. Master in de Toegepaste Economische Wetenschappen: Cultuurmanagement. Universiteit Antwerpen. Abstract van masterproef ingediend op 2 juni 2017: Impactmeting bij Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen.

Aan de hand van ontwerpgericht onderzoek wordt in deze thesis gezocht naar een meer diepgaande vorm om impactmeting bij Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen in kaart te brengen. In het theoretisch kader waar de thesis mee start wordt door middel van inductief literatuuronderzoek een model van impact opgesteld met verschillende impactconstructen en enablers. Vervolgens werd de keuze gemaakt om enkel verder te gaan met de niet-instrumentele impactconstructen. De onderzoeksvraag luidt dus: “Op welke manieren kan de niet-instrumentele impact van culturele evenementen binnen lokaal cultuurbeleid adequater in kaart worden gebracht?”

Verder wordt nagegaan welke zaken belangrijk zijn bij het meten van impact en welke bestaande methodes en technieken relevant zijn. Daarna worden deze bevindingen theoretisch toegepast op de praktijk. Aan de hand van vier categorieën met drie cases wordt impactmeting binnen Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen behandeld. Uit dit alles wordt een algemene methodiek geëxtraheerd die uit vijf stappen bestaat en verschillende methodes en technieken combineert.

1. Veranderingstheorie: “Denkfase”. (Theory of Change, Outcome mapping, GEM/Contribution analysis)
2. Impactbenadering: “Denkfase”. (Impactmodel naar aard en niveau + enablers)
3. Data verzameling: “Datafase”. (diepte-interviews, focusgroepen, surveys, storrtelling)
4. Bewijsverzameling: “Datafase”. (Documentanalyse, MLE en Outcome Harvesting)
5. Analyse en rapportering: “Eindfase”. (Sensemaker, NVivo, ..., GEM/Contribution analysis, expertanalyse)

EXECUTIVE SUMMARY

Hard facts and figures play a central role in the evaluation of cultural events today, quantitative data from the number of visitors to the numbers of books borrowed from the library. Cultural policy staff members in Antwerp and those responsible for cultural events, libraries and cultural centres feel like these numbers do not show the actual impact they have.

In this master's thesis design-oriented research is used to find profound ways in which the impact of local cultural policy Antwerp can be measured. Design-oriented research is research in which a solution to a practical problem is designed. To be able to do that, it is necessary to acquire relevant knowledge first. In the theoretical framework of this thesis, inductive literature research is being used to develop an impact model. The impact model maps nine impact constructs according to its nature (intrinsic – instrumental) and level (private – public). The constructs that will be assessed are: Economic impact, Health impact, Attitudinal en behavioural impact, Educative impact, Communal value, Cognitive growth, Well-being, Emotional impact and Aesthetic impact. In addition to the impact constructs, there are also six enablers that allow impact to occur, these are: Opportunity/risk, Resonance/relevance, Experience/absence of distraction, Context/information, Anticipation and Pleasure.

Only the non-instrumental impact-constructs will be included in further analysis for a number of reasons. Firstly, analysing all constructs would lead this investigation too far, the instrumental impact has already been proven to a certain extent and finally there is more of a need for research on the intrinsic impacts of arts and culture. The difference between intrinsic and non-instrumental impact lies in the fact that constructs balancing between intrinsic and instrumental are also included in non-instrumental impact. This results in the following research question:

How can non-instrumental impact of cultural events in Local Cultural Policy be identified more adequately?

It is a difficult matter to formulate a clear hypothesis to this research question but it is possible to identify some expectations. It is expected that there are different ways to expand the existing quantitative measures with qualitative research in order to give a

more adequate image of the impact of local cultural policy Antwerp. It is also expected that implementing this in a structural way will be a time-consuming matter.

Apart from the impact model, knowledge was also acquired by an overview of important considerations when measuring impact and a small anthology of relevant techniques and methods for measuring impact. It appears that not one method or technique could be used on its own. A combination of methods and techniques would be required.

The knowledge-phase is followed by the field, which is covered by four categories of local cultural policy Antwerp. For each category an approach of impact is described and an incentive for a list of questions, that will be used at a later stage, is made. Three out of four categories were accompanied by a practical case study.

The last phase of this thesis contains a possible solution. From the acquired knowledge and the field, a general methodology consisting of five steps is extracted. The methodology includes different methods and techniques.

1. Theory of Change.

Develop a Theory of Change, thinking about desired or expected goals regarding non-instrumental impact and what indicators could point to this. The intentional design phase of Outcome Mapping could be used in this step. General Elimination Methodology or Contribution analysis could also be used. It is important in this step to take your time and think about it with a group of people involved.

2. Approach of Impact.

Think about what impact constructs and enablers (from the model set up in the theoretical framework of this thesis) are important for your activity on the basis of the specified Theory of Change, the goals of the activity, previous editions of the activity, secondary literature, Again it should be noted that this step takes time and consideration and should be done in discussion with others involved.

3. Data collection.

Using the approach of impact and the Theory of Change it is possible to set up a list of questions that can serve as a guideline for interviews and focus groups, or can stand on their own as a survey. It is also possible to adapt the incentives made in this research with the approach of impact and Theory of Change in mind. The more open the questions are formulated, the more extensive the answers will be and the more participants will be stimulated to tell stories (storytelling technique). Questions can also be answered with Likert scales or multiple choice options. Qualitative data is then to a certain extent quantified.

4. Evidence collection.

Collect extra evidence that can confirm the impact or can make the link between the activity and the impact stronger. The evidence could consist of existing documents (document analysis), academic research or supplementary quantitative data. This step follows the ideas of MLE and Outcome Harvesting.

5. Analysis and report

Analyse the collected data and evidence. This can be done with existing tools such as Sensemaker for storytelling, NVivo for interviews and many more. The aid of an expert in this step is recommended (expert analysis). If General Elimination Methodology or Contribution analysis are used in the first step, they should be used here as well.

Both expectations formulated in the hypothesis can be confirmed after completing this research. In this thesis a solution to a field-problem is proposed. However, the practical feasibility of the solution suggested is not being tested in this research. This is because the timeframe of the research did not allow it. It is important that the practical feasibility is investigated in the future. Another suggestion for future research lies in the question why we experience these cultural values, further insights gained from this question could help expand this research.

VOORWOORD

Ik wil graag Professor Verbergt bedanken om mij te begeleiden tijdens het proces dat aan deze thesis vooraf ging, de sturing en de vele input.

Daarnaast ben ik ook Stad Antwerpen dankbaar om het praktijkproject dat aan deze thesis is gekoppeld mogelijk te maken, in het bijzonder de medewerkers van Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen. Mieke Van Geel en Bert Bulckens, de begeleiders van de stage wil ik verder bedanken om mij gedurende drie maand bij te staan, van informatie te voorzien en te ondersteunen. Ook Els Wijninckx, Inne Peeters en Tine Mallentjer, projectcoördinatoren van de behandelde cases voor hun input en interesse.

Mijn thesisgenoten Alisa Nadezhkina, Camillie Ghekiere, Kasper Claeys, Luciaan Groenier en Margot Vervliet zijn ook enorm bedankt voor de opbouwende kritiek, de vele interesse en gemoedelijke onderlinge steun. Verder bedank ik Florentine Maasland en Imke Vannuffelen voor hun tijd en tips.

Ten slotte bedank ik familie en vrienden voor de vele steun en interesse die ze boden.

INHOUDSOPGAVE

ABSTRACT	3
EXECUTIVE SUMMARY.....	4
VOORWOORD	7
LIJST VAN GRAFIEKEN, TABELLEN EN FIGUREN.....	11
LIJST VAN AFKORTINGEN.....	11
1. SITUERING	12
1.1 CONTEXT: LOKAAL CULTUURBELEID	12
1.2. PROBLEEMSTELLING.....	15
1.3. THEORETISCH KADER	19
1.3.1. Impact, een definitie.....	19
1.3.2. Cultural Impact Assessment (CIA).....	21
1.3.3. Impact model	22
1.3.3.1. Impact model - Opstelling	22
Intrinsieke en instrumentele aspecten.	22
Publieke en private aspecten.....	24
Het model.....	25
1.3.3.2. Impact model - Inhoud.....	26
De constructen	26
Enablers.....	34
Overzicht	38
1.3.3.3. Impact model - Resultaat.....	39
1.4. ONDERZOEKSVRAAG	43
1.5. METHODOLOGIE.....	44
1.6. ETHIEK	46
2. ONDERZOEKSOPZET.....	48
2.1. CONCEPTUEEL MODEL.....	48
2.1.1. Conceptueel kader	48
2.1.2. Conceptualisering	49
2.2. OPERATIONALISERING	50
2.2.1. Operationaliseringstabel.....	50

2.2.2. Procedure	51
3. METEN VAN IMPACT.....	54
3.1. WAARDEN LCB ANTWERPEN.....	54
3.1.1. Doelstellingen	54
3.1.2. Visie en Missie	56
3.2. MEASURING THE IMMEASURABLE.....	57
3.3. ROL VAN HET PUBLIEK	60
3.4. BELANG VAN VERSCHILLENDE METINGEN	61
3.5. BESTAANDE TECHNIEKEN EN METHODES.....	62
3.5.1 Technieken.....	63
3.5.1.1. Deep feedback.....	63
3.5.1.2. Documentanalyse.....	63
3.5.1.3. Focusgroepen en interview	64
3.5.1.4. Observatie	64
3.5.1.5. Storytelling.....	64
3.5.1.6. Survey.....	65
3.5.2. Methodes.....	65
3.5.2.1. Alan S. Brow & Associates LLC Impact Survey.....	66
3.5.2.2. Arts Audience Experience Index (AAEI).....	69
3.5.2.3. Arts Audience Experience Framework (AAEF).....	70
3.5.2.4. Contribution analysis.....	71
3.5.2.5. Exploratieve casestudy.....	72
3.5.2.6. General Elimination Methodology (GEM)	73
3.5.2.7. Method for impact Assessment of Programs and Projects (MAPP) en Participatory Impact Assessment (PIA).....	73
3.5.2.8. Most significant change.....	74
3.5.2.9. Multiple Lines and Levels of Evidence. (MLLE)	74
3.5.2.10. Outcome Harvesting.....	75
3.5.2.11. Outcome Mapping	75
3.5.2.12. Sensemaker	77
3.5.2.13. Social Impact Assessment (SIA)	77
3.5.2.14. Success case method.....	78
3.5.3. Conclusie methoden en technieken.....	78
4. THEORETISCHE TOEPASSING IMPACTMETING.....	79
4.1. PODIUMKUNSTEN	79
4.1.1. Impactbenadering.....	80
4.1.2. Meting.....	81
4.2. BIBLIOTHEEKWEZEN	84

4.2.1. Jeugdboekenmaand (JBM): context.....	84
4.2.2. Impactbenadering.....	85
4.2.3. Meting.....	88
4.3. IMMATERIEEL CULTUREEL ERFGOED.....	89
4.3.1. Borgerhout Bewaart: context.....	90
4.3.2. Impactbenadering.....	91
4.3.3. Meting.....	92
4.4. CULTUREEL ONDERNEMERSCHAP	93
4.4.1. Pop up to date: context.....	94
4.4.2. Impactbenadering.....	95
4.4.3. Meting.....	97
4.5. ALGEMENE METHODIEK.....	98
5. DISCUSSIE.....	100
6. CONCLUSIES.....	100
SUGGESTIES VOOR VERDER ONDERZOEK.....	103
BIBLIOGRAFIE.....	104
BIJLAGEN.....	110
BIJLAGE 1: ALAN S. BROWN & ASSOCIATES LLC IMPACT SURVEY	110
BIJLAGE 2: ARTS AUDIENCE EXPERIENCE INDEX.....	116
BIJLAGE 3: ARTS AUDIENCE EXPERIENCE FRAMEWORK.....	118
BIJLAGE 4: VOORBEELD VRAGENLIJST PODIUMKUNSTEN.....	122
BIJLAGE 5: EVALUATIESURVEY JBM VOOR BIBLIOTHEEKMEDEWERKERS.....	128
BIJLAGE 6: VOORBEELD VRAGENLIJST BIBLIOTHEEKWEZEN.....	134
BIJLAGE 7: VOORBEELD VRAGENLIJST IMMATERIEEL ERFGOED	136
BIJLAGE 8: EVALUATIEFORMULIER POP UP TO DATE.....	140
BIJLAGE 9: VOORBEELD VRAGENLIJST CULTUREEL ONDERNEMERSCHAP	141

LIJST VAN GRAFIEKEN, TABELLEN EN FIGUREN

Figuur 1: Impact model naar aard en niveau	25
Figuur 2: Overzicht impactconstructen, aspecten en enablers.....	38
Figuur 3: Impact model naar impact-aard en –niveau.....	39
Figuur 4: Conceptueel kader	48
Tabel 1: Operationaliseringstabel	51
Tabel 2: Procedure onderzoek.....	53
Tabel 3: Toewijzing enablers en constructen Alan S. Brown & Associates LLC Impact Survey ...	68
Tabel 4: Toewijzing constructen AAEL	70
Tabel 5: Toewijzing constructen AAEF	71
Tabel 6: Verschillende fasen en stappen Outcome Mapping (Naar Berghmans et al., 2014). ...	76

LIJST VAN AFKORTINGEN

AAEF	Arts Audience Experience Framework
AAEI	Arts Audience Experience Index
CC	Cultureel Centrum
CIA	Cultural Impact Assessment
ITC	Independent Theatre Council
JBM	JeugdBoekenMaand
GEM	General Elimination Methodology
LCB	Lokaal CultuurBeleid
MAPP	Method for impact Assessment of Programs and Projects
MLLE	Multiple Lines and Levels of Evidence
OASIS	Ongoing Assessment of Social ImpactS
OECD-DAC	The Organisation for Economic Co-operation and Development – Development Assistance Committee
PIA	Participatory Impact Assessment
PSIA	Poverty Social Impact Assessment
SIA	Social Impact Assessment
ToC	Theory of Change (veranderingstheorie)
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

1. SITUERING

Deze masterthesis kadert binnen een praktijkproject bij Lokaal Cultuurbeleid (LCB) Antwerpen en de opleiding Master in het Cultuurmanagement aan de Universiteit Antwerpen. Het praktijkproject liep gedurende de periode van 7 maart 2017 tot en met 1 juni 2017. Heel wat voorbeelden, alsook de theoretisch uitgewerkte cases in hoofdstuk vier komen om die reden uit de werking van LCB Antwerpen.

In dit eerste hoofdstuk volgt de situering van het huidige onderzoek. Eerst wordt de context van LCB geschetst. Daarbij komt de recente geschiedenis van LCB op beleidsvlak aan bod. Vervolgens zal de probleemstelling die aan de basis ligt van deze thesis worden toegelicht, namelijk de noodzaak voor een meer diepgaande manier van impactmeting. In het derde deel van dit hoofdstuk volgt het theoretisch kader. Daarin wordt de vraag wat impact is bestudeerd. Er wordt in de eerste plaats een definitie voor impact gegeven. Daarna wordt aan de hand van secundaire literatuur een eigen model opgesteld dat een antwoord biedt op de vraag naar impact van kunst en cultuur. Verder worden de onderzoeksvraag, hypothese en methodologie behandeld. Het eerste hoofdstuk sluit af met enkele ethische kwesties.

1.1 CONTEXT: LOKAAL CULTUURBELEID

Daar deze thesis plaatsvindt binnen een praktijkproject bij LCB Antwerpen is het nodig om eerst te schetsen wat LCB precies is. In de eerste plaats komt hier de traditionele benadering van LCB aan bod. De werking van LCB is echter recentelijk (1 januari 2016) gewijzigd. Dit blijft weliswaar een zeer recente wijziging waardoor de traditionele aanpak nog grotendeels overeind blijft.

Het eerste decreet voor LCB kwam er in 2001 en omvatte grofweg de werking van de bibliotheken en culturele centra. De kernwoorden voor dit decreet zijn, zo licht Annick Schramme (2016) in een college rond LCB toe, participatie, samenwerking en kwaliteit. Er ging echter heel wat aan dit decreet vooraf. In de jaren zestig werd de democratisering en spreiding van cultuur steeds belangrijker, er werd gepleit voor de

uitbouw van pluralistische culturele centra in elke Vlaamse stad. De volgende belangrijke gebeurtenis is het decreet op het openbaar bibliotheekwerk van 6 juni 1978. Daardoor werd iedere gemeente verplicht een openbare bibliotheek op te richten (Schramme, 2014).

In de jaren negentig trad het lokale niveau meer en meer op de voorgrond. Met het decreet op de subsidiëring van de culturele centra en de culturele adviesraden van 24 juli 1991 kwam een kwantitatieve benadering van cultuurspreiding. Met het lokale niveau dat aan terrein won en een toenemende sturing vanuit de overheid verscheen op 13 juli 2001 onder het beleid van toenmalig minister voor cultuur Bert Anciaux uiteindelijk het eerste decreet voor LCB. Met dat decreet werd iedere gemeente verplicht om naast een openbare bibliotheek (eventueel in samenwerkingsverband) een adviesorgaan voor cultuur in te richten. Het decreet omvatte ook een facultatief gedeelte, namelijk beschikken over een cultuur- of gemeenschapscentrum, het aanstellen van een cultuurbeleidscoördinator, opstellen van een jaarlijks cultuurbeleidsplan en het ter beschikking stellen van subsidies en infrastructuur. Voor de culturele centra werd er geen vast formaat aangeboden, maar werd maatwerk per gemeente gestimuleerd. Voor de bibliotheken was er wel een overkoepelend provinciaal beleid. Het decreet werd vervolgens in 2005 bijgewerkt en afgestemd naar het nieuwe gemeentedecreet, ook steunpunt Locus (later Cultuurconnect) kwam er toen bij (Schramme; 2014,2016).

In 2012 werd uiteindelijk een vernieuwd decreet voor LCB uitgegeven dat zo veel mogelijk verder bouwde op het reeds gevoerde beleid met openbare bibliotheken, cultuurcentra en cultuurbeleidscoördinatoren. Het doel werd om een kwalitatief cultuurbeleid aan te bieden en deskundigen in instellingen te hebben. Gemeenschapsvorming, cultuureducatie en aandacht voor kansengroepen werden de nieuwe beleidsprioriteiten (Schramme, 2016).

In 2014 verscheen een nieuw regeerakkoord waarin te lezen stond dat de sectorale subsidies voor lokaal cultuurbeleid in het Gemeentefonds zouden worden geïntegreerd, wat hen meer autonomie en minder planlast zou opleveren, ook voor de interne organisatie krijgen de gemeenten meer autonomie. Verschillende subsidies

aan lokale besturen worden met het nieuwe akkoord in één gemeentefonds ingebed (Vlaamse Regering, 2014). Als gevolg van het planlastendecreet zouden de lokale besturen in de bestuursperiode 2013-2018 minder plan- en rapporteringsverplichtingen moeten vervullen (Agentschap sociaal-cultureel werk, 2013). Dit alles heeft als gevolg dat het decreet voor LCB moet worden aangepast, maar eigenlijk betekent de aanpassing zo goed als een afschaffing van het decreet. Er zijn namelijk geen specifieke instapvoorwaarden of beleidsprioriteiten meer voor LCB, de cultuurraad blijft wel (Federatie sociaal cultureel werk, 2015). Doordat het lokaal cultuurbeleid in één gemeentefonds terecht komt samen met onder meer jeugd-, sport- en onderwijsbeleid (Vlaamse regering, 2014) zijn gemeentes vrij in de besteding van deze bedragen, er moeten dus geen aparte sectorale plannen worden opgesteld in de meerjarenplanning (Vlaams Parlement, 2015). *‘Vlaamse sturing moet waar mogelijk worden afgebouwd. De democratisch verkozen gemeentebesturen kunnen en moeten hun verantwoordelijkheid opnemen.’* (Vlaams Parlement, 2015, p.3).

De sturende en controlerende rol inzake LCB die in de jaren negentig vorm kreeg valt dus weg. Huidig minister van cultuur Sven Gatz licht in zijn beleidsnota toe waar de toegevoegde waarde van de Vlaamse Overheid wel nog zal liggen. In de eerste plaats haalt hij aan dat het belangrijk is dat de investeringen die de Vlaamse overheid en de provincies de afgelopen decennia deden voor de bibliotheeksector blijven renderen. Hij heeft het dan vooral over de uitgebouwde bibliotheeksystemen die een fundament vormen van de Bibliotheekportalen. Het kan niet de bedoeling zijn dat elke gemeente apart moet instaan voor een eigen bibliotheekstelsel en verdere digitalisering (Gatz, 2014). Verder wordt door de minister samengewerkt met de paritaire commissie decentralisatie en de Vereniging voor Vlaamse Steden en Gemeenten om na te gaan welke beleidsdomeinen sturing vanwege de Vlaamse Overheid (slechts in hoofdlijnen) nodig hebben (Gatz, 2014).

Steden en gemeentes zijn sinds 1 januari 2016, wanneer de nieuwe regeling van start ging, dus niet meer verplicht om een openbare bibliotheek en een cultureel- of gemeenschapscentrum in te richten. Deze blijven wel nog steeds overeind als belangrijke pijlers voor het LCB in de meeste steden en gemeentes.

1.2. PROBLEEMSTELLING

De laatste paar decennia is er een significante shift geweest in het denken over de kunsten en hun rol in ons leven. Om verscheidene sociale en economische redenen kregen kunstorganisaties te maken met een verhoogde druk om hun bestaan te verantwoorden en om voor overheidssteun en private financieringsbronnen te pleiten, net als voor steun van individuen die aan kunst zouden deelnemen. Dit heeft geresulteerd in een bredere manier van denken over de kunsten en het verzamelen van data die ons helpen de impact van de kunsten op zowel een maatschappelijk en persoonlijk niveau beter te begrijpen. (Eigen vertaling, Foreman-Wernet en Dervin, 2013)

In de rapportering en evaluatie van culturele evenementen wordt vandaag vooral teruggekoppeld naar harde cijfers. Hoeveel deelnemers waren er voor de jeugdboekenweek? Hoeveel ontleningen heeft bibliotheek Permeke? Er wordt door de medewerkers van LCB Antwerpen en de organisatoren of verantwoordelijken van de evenementen, bibliotheken en culturele centra echter aangevoeld dat deze cijfers de eigenlijke impact niet voldoende aantonen.

Het bibliotheeklandschap verandert, de bibliotheek is niet langer louter een plek waar boeken en andere media worden bewaard. Bibliotheken worden steeds meer beleveniscentra die prikkelend en oriënterend moeten zijn (Ceustermans, 2016). De Deense onderzoeker Casper Hvenegaard-Rasmussen (2016) haalt aan dat bibliotheken vandaag een levendige plek zouden moeten zijn waar hun collectie wordt tentoongesteld, verspreid en gecommuniceerd op een actieve en expressieve manier. Dit in combinatie met een grote waaier aan gebruikers-georiënteerde activiteiten, zoals publieke samenkomsten, culturele evenementen en allerhande workshops. Dat bibliotheken veranderen is grotendeels een gevolg van de wereldwijd toenemende digitalisering, informatie is niet meer het alleenrecht van een bibliotheek. Om die reden worden ook secundaire functies zoals comfort en beleving meegenomen in alternatieve modellen van een bibliotheek (Biebaw, 2016). De nadruk van de bibliotheek komt met andere woorden meer en meer te liggen op een openbare (ontmoetings-)plaats. De passieve bibliotheek van weleer is in de huidige dynamische samenleving niet meer relevant (Biebaw, 2016).

Ook in België is een trend van verandering merkbaar. De focus van de bibliotheken wordt onder invloed van de ICT-evolutie, de informatiesamenleving en andere maatschappelijke veranderingen verlegd van de collectie naar de klant (Vanderheyden, 2016). Zo haalt ook huidig minister van cultuur Sven Gatz (2014) de digitale uitdagingen in zijn beleidsnota aan als prominente maatschappelijke uitdagingen van vandaag en morgen voor het lokale cultuurbeleid. Een actueel voorbeeld van de bibliotheek als openbare plaats in Vlaanderen is de nieuwe Gentse stadsbibliotheek. Begin maart opende in Gent een nieuw stadsgebouw, 'De Krook', waar ook de openbare bibliotheek zijn vestiging kreeg. Op de site van het project valt te lezen dat De Krook een plek is *'waar kennis, creativiteit en ondernemen centraal staan, omgeven door talloze nieuwe ontmoetingsplekken zoals cafés, restaurants, groenzones en pleinen.'* (De Krook, 2017). De Krook is dus een plek waar ontmoetingen centraal staan, de stadsbibliotheek heeft daarin een duidelijke rol: *"Met meer dan 2000 bezoekers per dag maakt de stadsbibliotheek deze plek tot een bruisende ontmoetingsplaats."* (De Krook, 2017).

Het is dus duidelijk dat de functies van een bibliotheek veranderen, het gaat niet enkel om het ontlenen van materiaal. In de inleidende brochure 'Decreet van 6 juli 2012 betreffende het lokaal Cultuurbeleid. Openbare bibliotheken in Vlaanderen' valt tevens te lezen dat bibliotheken naast de mensen die materiaal komen ontlenen ook heel wat andere bezoekers over de vloer krijgen. Het aantal bezoekers is volgens deze brochure sinds 2006 trouwens duidelijk gestegen terwijl het aantal ontleningen in die periode is gedaald (Waegeman, 2013). Toch is het aantal ontleningen en aantal actieve leden (bezoekers die minstens één item per jaar uitlenen) hetgeen alle bibliotheken tot vorig jaar aan de overheid moesten rapporteren. Het aantal bezoekers wordt daarenboven niet door alle bibliotheken bijgehouden, dit moet enkel worden gedaan door een hoofdbibliotheek, in Antwerpen is dat bibliotheek Permeke. De rapportering is sinds dit jaar ook optioneel geworden, waardoor bibliotheken niets verplicht moeten bijhouden. Stad Antwerpen besliste intern wel dat een aantal zaken moet worden bijgehouden (P. Dom, persoonlijke communicatie, 24/03/2017).

Het aantal ontleningen of actieve lezers kan daarenboven een vertekend beeld geven. Zo is het aantal ontleningen van bibliotheek Permeke sinds 2007 met meer dan tweehonderdduizend gedaald, maar het geschatte bereik van de bibliotheek licht gestegen (Stad in cijfers, 2017). Het aantal ontleningen, de outputgegevens, zegt verder niet per se iets over de eigenlijke impact of effecten. Daar komt nog bij dat de impact van de activiteiten die de bibliotheek organiseert in deze cijfergegevens niet terug te vinden zijn. *‘Technologische en maatschappelijke evoluties en veranderende klantenverwachtingen zorgen ervoor dat bibliotheken hun werking continu moeten evalueren en flexibel moeten aanpassen aan de snel veranderende noden’*, zo haalt Katrien Vanderheyden (2016) aan in haar onderzoek. Het is belangrijk dat de manier van evalueren, of in kaart brengen van impact representatief is voor deze veranderende noden.

Het probleem vindt niet enkel plaats in het bibliotheekwezen, ook voor de culture centra kan er wat van worden gezegd. De louter receptieve ruimte die cultuurcentra waren in de jaren zestig zijn vandaag heuse centra vol cultuur die een arsenaal aan taken en verantwoordelijkheden op zich nemen (Schramme, 2007). Sinds de jaren negentig is het culturele aanbod tevens aanzienlijk gegroeid, *“naast kunstcentra en stadstheaters zijn er nu ook werkplaatsen, regionale volksscholen, erfgoedcellen, en privé-initiatieven”* (Schramme, 2007; p.190). Ook de verhouding tussen culturele instellingen en de maatschappij is in verandering (Mommaas, 2007). De instellingen zijn op zoek naar een *“nieuwe plaats en betekenis in een meer overvloedig en gedifferentieerd cultureel landschap”* (Mommaas, 2007, p.88). Verder zijn ook de keuzemogelijkheden voor vrijetijdsbesteding spectaculair toegenomen wat de concurrentie verder in de hand werkt. In een stedelijke omgeving vormt de gemeenschapsvormende doelstelling ook een specifieke uitdaging in het kader van migratiebewegingen. Cultuurcentra kunnen namelijk een belangrijke bijdrage leveren aan een (nieuw) referentiekader voor de gemeenschap (Schramme, 2007). Culturele centra zijn met andere woorden sterk afhankelijk van de lokale context, om die reden moeten de centra zich blijven heruitvinden en aanpassen aan de hedendaagse (lokale) behoeften (Schramme, 2007).

Ook voor activiteiten van de cultuur- en gemeenschapswerking geldt dat de harde cijfers zoals bezoekersaantallen de impact niet altijd ten volle weergeven. Zo vertelt Inne Peeters (persoonlijke communicatie, 24/03/2017), cultuuranterne in Borgerhout over een activiteit met zes personen, als “het meest kwalitatieve dat ik heb gedaan”. Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen stelt daarenboven een positieve klantenervaring en klantenbinding voorop:

“Door ons uitstekende en gevarieerde cultuuraanbod gaan wij, als stad Antwerpen en LCB een persoonlijke relatie aan met ieder van onze duizenden klanten (een klant is nooit een nummer), zodanig dat iedereen in Antwerpen een veelzijdig lokaal cultuuraanbod vindt en het forum om zichzelf te ontplooien. We bieden de bewoner of bezoeker een aangename cultuurervaring aan.” (LCB Antwerpen, 2015).

Daar komt nog bij dat de eerste van de vijf vooropgestelde waarden van LCB kwaliteit is (LCB Antwerpen, 2015). De nadruk ligt met ander woorden op klantenintimiteit en kwaliteit, de beleving van de deelnemers aan activiteiten binnen LCB Antwerpen is zeer belangrijk. Om deze kwaliteit en de waarde van de beleving van de deelnemers vast te pinnen in het in kaart brengen van de impact van culturele evenementen is meer nodig dan hard cijfermateriaal over het aantal bezoekers of deelnemers. Hoe kan ervoor gezorgd worden dat de impact op een structurele manier kan worden aangetoond op een manier die de diepgang wel bewaart?

Rest nog de vraag waarom impact moet worden gemeten. In de eerste plaats worden impactresultaten vaak gebruikt in de verantwoording van bepaalde evenementen en praktijken, er is namelijk een steeds hoger wordende druk om voordelen aan investeerders te bewijzen. Deze vragen een meer gesofisticeerd begrip van de impact van hun investering (Baxter, O’Reilly en Carnegie, 2013). Verder biedt impactmeting ook kennis over het georganiseerde. Het is volgens Lisa Baxter, Daragh O’Reilly en Elizabeth Carnegie (2013) namelijk belangrijk in een ervaringseconomie om te weten hoe waarde kan geleverd worden door de gecreëerde ervaringen te begrijpen. *“It is not enough to count ‘bums on seats’, they need to know and understand the ways in which the arts experiences they offer hold value for their audiences, and what kind of value that is, whether it is a good night out or a*

meaningful aesthetic experience.” (Baxter, O’Reilly, en Carnegie, 2013; p.117). De meest voor de hand-liggende toepassing is misschien wel evaluatie. Controle is volgens Bruno Verbergt (2014) de enige manier waarop managers kunnen weten of ze de organisatiedoelen bereiken. Impactmeting kan hieraan bijdragen, controleren of de beoogde impact door de praktijken wordt verwezenlijkt.

1.3. THEORETISCH KADER

Het derde onderdeel van het eerste hoofdstuk bevat het theoretisch kader van dit onderzoek. In de eerste plaats wordt een definitie van impact naar voren geschoven. Verder wordt het gegeven Cultural Impact Assessment (CIA) toegelicht. Ten slotte volgt een inductief literatuuronderzoek om een model van impact van kunst en cultuur op te stellen dat in het onderzoek van deze thesis zal worden meegenomen. De kennis die in dit onderdeel wordt opgedaan zal mee de basis vormen voor het ontwerp-gerichte onderzoek dat zal plaatsvinden (hierover later, in 1.5. Methodologie, meer).

1.3.1. Impact, een definitie

Vooraleer onderzocht kan worden welke mogelijkheden er zijn om de impact van culturele evenementen zo uitgebreid mogelijk vast te pinnen moet eerst worden gedefinieerd wat onder impact wordt verstaan. Zoals Berghmans, Deprez, Celis en Vandenabeele (2014) aanhalen is impact geen eenzijdig begrip, verschillende organisaties bekijken impact op verschillende manieren. Daarom beschouwen ze impact als een begrip dat zich beweegt rond verschillende interpretaties (Berghmans et al., 2014). Berghmans et al. (2014) schuiven de definitie van impact volgens OECD-DAC (The Organisation for Economic Co-operation and Development – Development Assistance Committee) naar voor als werkdefinitie:

Impact is ‘positive and negative, primary and secondary long-term effects produced by a development intervention; directly or indirectly, intended or unintended’ (OECD-DAC, 2002; quoted in Berghmans et al, 2014, p.11).

Deze definitie breiden ze vervolgens uit met verschillende interpretaties. Impact kan volgens hen worden gezien als een rechtstreekse verbintenis tussen een specifieke

praktijk en een langetermijneffect. Volgens een tweede kijk is het langetermijneffect niet het gevolg van één specifieke praktijk maar dragen verschillende interventies bij tot het effect. Daarenboven kunnen ook kortetermijneffecten of -veranderingen als impact worden beschouwd. Ten slotte halen ze ook aan dat impact niet enkel kan bekeken worden in termen van oorzaak en gevolg, praktijk en effect, maar dat de mate waarin activiteiten of praktijken van waarde of betekenisvol zijn voor de betrokkenen ook een benadering van impact is (Berghmans et al., 2014).

In de definitie van Clark et al. (2014) voor sociale impact, die naar voren wordt geschoven door Maas en Liket (2011) wordt een element toegevoegd die niet bij Berghmans werd teruggevonden. *“By impact we mean the portion of the total outcome that happened as a result of the activity of an organisation, above and beyond what would have happened anyway.”* (quoted in Maas & Liket, 2011). Het laatste deel benadrukt het feit dat impact gaat om zaken die niet zouden gebeuren als de activiteit niet had plaatsgevonden. Als er na afloop van een cultureel gebeuren bijvoorbeeld minder verkeersongevallen zijn maar dat aantal reeds een dalende trend kende voor het evenement, en de daling er dus ook zou zijn geweest zonder het evenement, kan niet van impact worden gesproken. Wanneer dit het geval is na een tentoonstelling rond verkeersveiligheid, waardoor mensen hun rijgedrag gaan aanpassen, kan je wel van impact spreken.

Gebaseerd op de definitie van OECD-DAC, de aanvullingen van Berghmans et al. (2014) en de definitie gebruikt door Maas en Liket (2011) wordt hier een nieuwe definitie van impact geformuleerd die in dit onderzoek zal worden gehanteerd:

Impact omvat alle positieve en negatieve effecten op lange-, maar ook korte termijn die rechtstreeks of onrechtstreeks, bedoeld of onbedoeld het gevolg zijn van één of meerdere praktijken, die zonder de praktijk(en) niet zouden gebeurd zijn. Impact is verder ook de waarde van die praktijken voor de betrokkenen.

Om zeker te zijn dat deze definitie duidelijk is, wordt hieronder toegelicht wat hier verstaan wordt onder de verschillende elementen. Het verschil tussen rechtstreekse en onrechtstreekse effecten kan het best worden uitgelegd aan de hand van een voorbeeld. Wanneer een theatervoorstelling uitverkocht is heeft dat bepaalde

effecten. De voordelen die de organisator of de bezoeker daardoor ondervinden zijn rechtstreekse effecten. Een plaatselijke uitbater van een restaurant die dankzij de uitverkochte voorstelling die avond een hoger cliënteel heeft en bijgevolg meer omzet genereert dan anders is een onrechtstreeks effect. Rechtstreekse effecten zijn met andere woorden aan het gebeuren verbonden, onrechtstreekse staan er los van. Het verschil tussen bedoelde en onbedoelde effecten ligt ietwat anders. Een lezing van een jeugdauteur kan bijvoorbeeld leesbevordering als doel hebben. Wanneer kinderen als gevolg van de lezing zich aansluiten bij een zwemclub omdat het hoofdpersonage van zwemmen hield, zonder dat dit een vooraf bepaald doel van de lezing was, dan is er sprake van een onbedoeld effect.

1.3.2. Cultural Impact Assessment (CIA)

Wanneer de hierboven vermelde definitie wordt toegepast op culturele effecten wordt al snel duidelijk dat de impact van gelijkaardige evenementen geen eenzijdige zaak is. Het opgeven van het aantal bezoekers voor de jeugdboekenweek, zoals in 2016 bij LCB Antwerpen werd gedaan (E. Wijninckx, persoonlijke communicatie, 14/03/2017), geeft bijvoorbeeld niet weer wat de positieve effecten van de acties van de jeugdboekenweek waren. De effecten van zo'n week zouden heel erg ver kunnen gaan en tevens ook interdisciplinair kunnen zijn. Hiermee wordt bedoeld dat de impact van een gelijkaardig evenement niet enkel cultureel maar bijvoorbeeld ook sociaal van aard kan zijn. Daarenboven moet ook de waarde voor de betrokkenen worden meegenomen. Dit sluit nauw aan met een volgens Partal en Dunphey (2016) nieuw gebruik van de term Cultural Impact Assessment (CIA):

A new use of the term CIA has emerged in the cultural sector, that is, organizations working with 'culture', where culture is, as Holden defines it, 'the arts, museums, libraries and heritage that receive public funding' (Holden 2006). [...] In the cultural sector, CIA is often used to mean assessment of the impact of cultural activities or interventions, on outcomes, that are sometimes cultural, but also social and economic, and in many cases, not specified at all. This use of the term CIA is related to a lively contemporary debate about cultural value, which is not about the value of culture in the broad sense of the term, as used by other proponents of CIA, but how funded cultural institutions measure the value of their activity. (p.8)

CIA is in deze betekenis dus het in kaart brengen van impact van culturele activiteiten of interventies op alle mogelijke gebieden en past binnen het debat van de waarde van culturele activiteiten. Het verschil tussen deze 'nieuwe' vorm van CIA en het andere gebruik van de term zit in het feit dat de nieuwe term over de impact van culturele evenementen gaat terwijl de andere vorm over de impact van alle soorten activiteiten op de cultuur van een maatschappij of samenleving gaat (Partal & Dunphey, 2016).

1.3.3. Impact model

De impact van kunst of cultuur kan met andere woorden niet in één domein of construct worden weergegeven. In dit hoofdstuk worden de verschillende elementen die bijdragen aan de impact van kunst en cultuur onderzocht. Er wordt een model van impact opgesteld dat zal worden meegenomen in de rest van dit onderzoek. Dit model komt tot stand door een inductieve methode, verschillende artikels over impact in de culturele en artistieke sector werden geanalyseerd met het oog op het identificeren van terugkerende thema's (Belfiore & Bennet 2007). Na consultatie van relevante literatuur (Belfiore & Bennet, 2007; Brown & Novak, 2007; Holden, 2004; Gielen et al., 2014; McCarthy et al. 2004; Radbourne, Glow & Johanson, 2010; Walmsley, 2013 en White & Hede, 2008) werden negen constructen van impact geselecteerd. Het gaat om: 'economic impact', 'health impact', 'attitudinal & behavioural impact', 'educative impact', 'communal value', 'aesthetic growth', 'well-being impact', 'cognitive impact', en 'emotional impact'.

Vooraleer deze constructen worden toegelicht volgt een woordje van uitleg over het onderscheid tussen instrumentele en intrinsieke aspecten enerzijds en tussen publieke en private aspecten anderzijds. Deze onderscheiden zullen namelijk van belang zijn in het model dat wordt opgesteld. Daarna worden de constructen, de inhoud van het model, besproken om ten slotte in het model te worden ingevuld.

1.3.3.1. Impact model - Opstelling

Intrinsieke en instrumentele aspecten.

Het vertrekpunt van deze wandeling door de secundaire literatuur rond culturele en artistieke impactmeting is het werk van McCarthy en collega's *Gifts of the Muse*:

Reframing the Debate of the Benefits of the Arts (2004). Het doel van dat werk is om de voordelen van de kunsten in kaart te brengen en beter te begrijpen. McCarthy et al. (2004) maken een onderscheid tussen instrumentele en intrinsieke voordelen. Voorbeelden van instrumentele voordelen zijn economische of sociale voordelen. Deze worden instrumenteel genoemd omdat ze niet te maken hebben met kunst op zich. Een duidelijkere omschrijving van instrumentele aspecten kan terug gevonden worden in het artikel van White en Hede (2008): *“Instrumental impact is impact that is produced in areas beyond the art experience itself”* (p. 21-22). Heel wat onderzoekers binnen het veld van het cultuurbeleid hebben echter kritiek op een instrumentele aanpak en benadrukken dat beleid zou moeten gerationaliseerd worden in intrinsieke termen (Radbourne, Glow & Johanson, 2010). Walmsley (2013) spreekt van een heropleving van de intrinsieke – als tegenstelling tot de instrumentele voordelen – van de kunsten. Er zou een algemene gewaarwording zijn dat een instrumentele aanpak de intrinsieke voordelen voor individuen en het bredere publiek negeren (McCarthy, 2004). Intrinsieke aspecten zijn in tegenstelling tot instrumentele aspecten inherent aan de kunstervaring. Ze komen tot stand door een mentale verbintenis aan het object van kunst, cultuur of erfgoed (Gielen et al., 2014). In een intrinsieke aanpak wordt onder meer gefocust op waarde (White & Hede, 2008) en is het levens-verrijkende aspect van belang (McCarthy et al, 2004). Intrinsieke waarden worden ook nog wel ervaringswaarden genoemd (Gielen et al., 2014). Voorbeelden zijn het ervaren van genot of schoonheid tijdens een kunst- of cultuurervaring. Ook Belfiore en Bennet (2007) benadrukken het belang van de emotionele betrokkenheid met kunst of cultuur wanneer getracht wordt de impact van kunst te vatten.

Walmsley (2013) vraagt zich echter af of er in het onderscheid tussen intrinsieke en instrumentele aspecten geen sprake is van een valse dichotomie. Om die reden beschouwt hij impact meer holistisch door instrumentele voordelen en intrinsieke waarde te combineren. Ook Gielen et al. (2014) halen aan dat extrinsieke waarden vaak heel sterk verbonden zijn met het intrinsieke.

De eerste dimensie waarmee in dit onderzoek gewerkt wordt is dus de aard van impact. In navolging van Walmsley (2013) zal in dit onderzoek geen dualistisch

onderscheid worden gemaakt tussen intrinsieke en instrumentele aard. In plaats daarvan zal met een spectrum gewerkt worden dat van instrumenteel naar intrinsiek loopt. Geheel intrinsieke aspecten zijn volledig aan de kunstervaring an sich verbonden terwijl geheel instrumentele aspecten er volledig buiten liggen. Het feit dat gelijkaardige aspecten bij verschillende onderzoekers soms aan de instrumentele kant werden geplaatst en bij anderen aan de intrinsieke zijde heeft ook bijgedragen tot de keuze voor een spectrum in plaats van een dualistische opdeling.

Publieke en private aspecten.

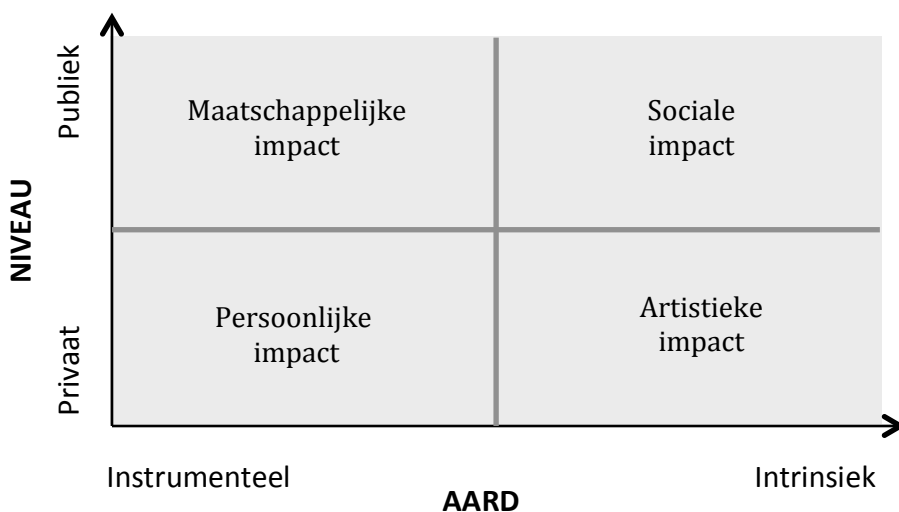
Een tweede dimensie die tevens door McCarthy et al. (2004) wordt toegepast gaat over het niveau waarop de impact plaatsvindt. Het onderscheid dat wordt gemaakt betreft publieke aspecten enerzijds en private anderzijds. Impact van kunst en cultuur kan namelijk betrekking hebben op de gemeenschap in het algemeen of een persoonlijke invloed betekenen. Economische impact bijvoorbeeld wordt door McCarthy et al. (2004) als instrumenteel en publiek beschouwd. Een intrinsiek en privaat voorbeeld is de captivatie en het ontsnappen aan de dagelijkse sleur die gepaard gaat met de ervaring. In het model van McCarthy et al. (2004) wordt naast het publieke en het private nog een derde categorie toegevoegd, namelijk private aspecten met een publieke 'spillover'.

Ook Brown en Novak (2007) onderscheiden drie categorieën. Namelijk de impact van de volledige kunstensector op de gemeenschap, de impact van een instelling op zijn 'community' en ten slotte, de impact van één event op een individu. Het niveau van de instelling of het bedrijf is in dit onderzoek niet van toepassing omdat LCB wordt geregeld op overheidsniveau waardoor 'de klant van het bedrijf' en de maatschappij samenvallen. Het doelpubliek van LCB Antwerpen bestaat namelijk uit de volledige Antwerpse gemeenschap, elke bewoner en bezoeker van de stad (LCB Antwerpen, 2015). Ook Brown en Novak kiezen ervoor om zich niet op dit niveau te richten. In hun onderzoek focussen ze enkel op de laatste categorie omdat ze van mening zijn dat voor de eerste categorie academisch onderzoek reeds wordt of werd gevoerd en de tweede categorie reeds gedocumenteerd is (Brown & Novak, 2007). Verder halen ook Belfiore en Bennet (2007) aan dat een artistieke ervaring zowel op het individu als op

de samenleving effecten kan hebben. Opnieuw wordt in dit onderzoek niet voor een duale opdeling gekozen. Er wordt geopteerd voor een schaal die van privaat naar publiek loopt. De 'spillover' bij McCarthy et al. (2004) vormde hiervoor de grootste aanleiding.

Het model

Wanneer de twee schalen gecombineerd worden verkrijgen we een typische grafiek. Op de x-as staat de aard van de impact, een schaal die van instrumenteel naar intrinsiek loopt. Het niveau van de impact, een schaal van privaat naar publiek, vormt de y-as. Op die manier worden grofweg vier gebieden gevormd. De aspecten die publiek en instrumenteel zijn vormen de maatschappelijke impact, het gaat hier om impact die zich buiten het kunstgebeuren afspeelt en een invloed heeft op de volledige gemeenschap. Economie is hier een typisch voorbeeld. De publieke en intrinsieke aspecten geven de sociale impact, impact die verbonden is aan het kunstgebeuren maar wel op het niveau van de gemeenschap plaatsvindt. Het gaat vooral om gemeenschapsvormende effecten van kunst en cultuur. Aspecten die privaat en instrumenteel zijn staan in voor de persoonlijke impact. Een typisch voorbeeld hiervan zijn betere testcores als gevolg van de kunst- of cultuurervaring. De private maar intrinsieke aspecten bevat de artistieke impact. Het gaat in deze categorie veelal om gevoels-geladen aspecten zoals captivatie, het ontsnappen aan de dagelijkse sleur en dergelijke meer. Het resultaat van het model wordt hieronder grafisch weergegeven.



Figuur 1: Impact model naar aard en niveau

1.3.3.2. *Impact model - Inhoud*

De constructen

Na een vergelijkende analyse van de literatuur waarover hierboven sprake is (Belfiore en Bennet, 2007; Brown & Novak, 2007; Holden, 2004; Gielen et al., 2014; McCarthy et al., 2004; Radbourne, Glow & Johanson, 2010; Walmsley, 2013 en White & Hede, 2008) werden negen verschillende constructen overgehouden namelijk: 'Economic impact', 'health impact', 'attitudinal and behavioural impact', 'communal value', 'cognitive growth', 'emotionale impact', 'aesthetic impact' en 'well-being'. Deze zijn het resultaat van volledige overeenkomsten tussen verschillende artikels en combinaties van gelijkaardige constructen. Elk van de negen constructen bevat tevens ook verschillende noties. Hieronder volgt een overzicht.

Economic impact. Het eerste impactconstruct bevat alle economische aspecten. Het construct van economische impact bestaat uit drie verschillende delen. McCarthy et al. (2004) onderscheiden directe, indirecte en publieke nutseffecten. Directe effecten resulteren uit de kunst- of culturele activiteit zelf. Voorbeelden hiervan zijn culturele werkgelegenheid (ook terug te vinden bij Radbourne, Glow en Johanson (2010)), en belastinginkomsten (McCarthy et al., 2004). De indirecte effecten slaan op de aantrekking van bedrijven en particulieren die geografisch in de buurt van kunst- of cultuurgelegenheden liggen (McCarthy et al., 2004). Een restaurant dat bijvoorbeeld in de buurt van een schouwburg is gelegen zal meer klanten hebben op een avond van een voorstelling dan een avond wanneer er geen activiteiten zijn in de schouwburg. Verder moet ook het multiplier-effect hierbij vermeld worden. Werknemers uit de culturele sector besteden hun loon namelijk (gedeeltelijk) in dezelfde regio uit waardoor het geïnvesteerde subsidiebedrag om deze werknemers te betalen verschillende keren wordt omgezet in de economie (Gielen et al., 2014). Ook verhoogd toerisme (Radbourne, Glow & Johanson, 2010) valt onder de indirecte economische impact. Culturele voorzieningen of activiteiten worden namelijk ingezet om het imago van een stad te beïnvloeden en zo meer bezoekers van buitenaf te genereren of de marktwaarde van vastgoed te verhogen (Gielen et al., 2014). Het derde onderdeel van het economische construct bevat de publieke nutseffecten. Dit onderdeel is iets

abstracter en gaat over de waarde die gekoppeld wordt aan de beschikbaarheid van kunst en cultuur, de mogelijkheid tot beschikbaarheid ervoor voor toekomstige generaties en de bijdrage ervan aan de kwaliteit van het leven (McCarthy et al., 2004). De beschikbaarheid van kunst en cultuur wordt ook wel de 'option value' genoemd, het doorgeven aan jongere generaties is vooral van belang voor cultureel erfgoed en krijgt de naam 'bequest value' (Gielen et al., 2014). Deze termen vinden we terug bij Gielen en collega's (2014) en Holden (2004). Hij noemt dit laatste onderdeel economisch 'non-use' en plaatst dit tegenover de commerciële waarden die vergelijkbaar zijn met de eerste twee onderdelen hierboven.

Health impact. Het tweede impactconstruct is gezondheid. Hieronder vallen zowel fysieke als mentale gezondheid. Kunst kan namelijk een therapeutisch effect hebben op de bezoekers of toeschouwers (Walmsley, 2013). McCarthy et al. (2004) halen aan dat er vooral bij senioren en mensen met de ziekte van Alzheimer sprake is van een verbeterde mentale en fysieke gezondheid na blootstelling aan kunst of cultuur. Verder zou er dankzij kunst en cultuur ook een positieve impact op de gezondheid zijn voor patiënten met specifieke gezondheidsproblemen zoals Parkinson, depressie, fysieke handicappen en acute pijn. Ten slotte kan er gesproken worden van stressvermindering bij zorgverleners en het verlagen van de angst bij patiënten die binnenkort een procedure ondergaan (McCarthy et al. 2004). Ook bij Gielen et al. (2014) komt gezondheid uitgebreid aan bod. Deelname aan zowel receptieve als creatieve culturele activiteiten zouden namelijk significant gerelateerd zijn aan een goede gezondheid, minder gevoelens van bezorgdheid en depressie. Het gezondheidsgevoel of de gezondheidservaring ligt bij deelnemers aan culturele activiteiten, waaronder ook lezen valt, opmerkelijk hoger (Gielen et al., 2014). Verder halen ook White en Hede (2008) gezondheid aan als een instrumenteel aspect van impact.

Attitudinal & behavioural impact. Net als het vorige construct wordt het construct van attitudes en gedrag besproken bij McCarthy et al. (2004) en ook vermeld bij White en Hede (2008). Er worden drie verschillende elementen onderscheiden, ontwikkeling van attitudes (bijvoorbeeld zelfdiscipline), ontwikkeling van gedrag (bijvoorbeeld minder spijbelgedrag) en meer algemene life-skills (bijvoorbeeld teamwerk). Cultuur

leert mensen namelijk te handelen naar de bestaande normen, waarden en gebruiken van een bepaalde samenleving (Gielen et al., 2014).

Educative impact. Het volgende construct is een combinatie van verschillende aspecten uit meerdere bronnen. Bij McCarthy et al. (2004) wordt ernaar gerefereerd als ‘cognitive’, White en Hede (2008) en Holden (2004) hebben het over ‘learning’ en Brown en Novak (2007) ten slotte vermelden hogere testcores. In dit onderzoek wordt de overkoepelende term educatie verkozen. In dit construct gaat het dus enerzijds om hogere test-scores die een gevolg zijn van opgedane kennis maar ook van betere leercapaciteiten. Doordat mensen door middel van kunst of cultuur op de eigen cultuur reflecteren worden bepaalde vaardigheden opgebouwd. Vier vaardigheden die daarbij centraal staan zijn waarneming, verbeelding, conceptualisering en analyse. Het is verder ook aangetoond dat een muziekinstrument leren bespelen bijdraagt tot de ontwikkeling van het auditief vermogen, vocabulaire en non-verbaal redeneren. Bij deze bevindingen moet wel worden vermeld dat er mogelijk sprake is van selectie-effecten. Dat er een samenhang is tussen kunstervaring en hogere cognitieve vermogens zoals waarnemingsvermogen is wel neurologisch aangetoond (Gielen et al., 2014).

Communal value. Communale waarde handelt over de gemeenschapsvormende aspecten van de impact van kunst of cultuur of sociale cohesie. Sociale cohesie gaat over de ‘bindingen en verbondenheid tussen verschillende eenheden, de kleinste inbegrepen, in een sociaal systeem’ (NWO, 2000; quoted in Gielen et al., 2014). Dit construct is nauw verwant met sociaal kapitaal (McCarthy et al., 2004 en Radbourne, Glow & Johanson, 2010). Sociaal kapitaal gaat over de collectieve waarde van sociale netwerken en wat uit deze netwerken ontstaat of kan ontstaan (Harvard Kennedy School, 2017). Sociaal kapitaal verschilt echter van sociale cohesie in het feit dat het bij sociaal kapitaal gaat om duurzame netwerkrelaties van het individu en niet om de samenhang tussen individuen en groepen binnen de samenleving (Gielen et al., 2014). Dat dit gemeenschapsvormende construct misschien wel het belangrijkste construct zou kunnen zijn blijkt uit het feit dat in elk van de besproken artikels of modellen een aspect ervan terug te vinden is. Het construct ‘communal value’ wordt opgedeeld in

vier verschillende delen. Naast het eerste onderdeel, sociaal kapitaal, zijn er dus nog drie andere. Ten eerste is er 'social inclusion', dit aspect gaat over het feit dat mensen die kunst of cultuur bijwonen vaak het gevoel hebben dat ze hierdoor ergens bij horen. Ze maken deel uit van een specifieke community. 'Social inclusion' werd teruggevonden bij White en Hede (2008), Radbourne, Glow en Johanson (2010), Holden (2004), Gielen et al. (2014) en Walmsley (2013). Het volgende onderdeel betreft connecties die mensen maken. Zo kan theater volgens een kunstmedewerker uit Leeds, net als vakantie, fungeren als cement van een band tussen verschillende personen (Walmsley, 2013). Het zijn gedeelde ervaringen die aan de basis van zowel de connecties als de sociale inclusie liggen. Die gedeelde ervaringen worden door meerdere participanten aan het onderzoek van Walmsley (2013) als belangrijk of zelfs significant aangehaald. Het leggen van sociale banden of connecties wordt in zo goed als elk van de hier behandelde literatuur aangehaald als impact (Brown & Novak, 2007; Holden, 2004; Gielen et al., 2014; McCarthy et al., 2004; Radbourne, Glow & Johanson, 2010; Walmsley, 2013 en White & Hede, 2008). Het derde en laatste onderdeel van het communale waarde construct is een uiting van 'communal meaning'. Dit komt voor wanneer een kunstwerk een boodschap overbrengt waarvan een volledige gemeenschap hunkert om deze uit te drukken. Dit kan te maken hebben met de geschiedenis of de identiteit van de gemeenschap (McCarthy et al., 2004). Kunst is namelijk in staat om de narratieven van lokale bewoners over hun intrinsieke banden met een plaats te expliciteren. Kunst maakt de emotionele en sociale waarde expliciet (Stuiver e.a., 2013 quoted in Gielen et al., 2014). Dit onderdeel wordt verder aangehaald bij McCarthy et al. (2004) en Radbourne, Glow en Johanson (2010).

Cognitive growth. Het zesde construct, 'cognitive growth', wordt in drie verschillende onderdelen opgesplitst. Het gaat in de eerste plaats over het uitbreiden van de kennis over de wereld en de samenleving onder meer door het prikkelen van de verbeeldingskracht. Dit kan teruggevonden worden bij Walmsley (2013) en Gielen et al. (2014). Kunst kan het leven volgens Walmsley (2013) namelijk verrijken door het wereldbeeld van de ontvangers te verbreden. Het helpt de ontvanger volgens Walmsley (2013) overigens niet alleen om zijn of haar kennis over de wereld te

vergroten, maar kunst en cultuur kunnen er ook voor zorgen dat er een invloed is op het waardestelsel van de bezoeker of de ontvanger. Gielen et al. (2014) spreken in dit opzicht over onmaat. Daarmee bedoelen ze dat de sociaal-culturele sector een andere maat kan aanbieden dan de culturele maat die we gewoon zijn, cultuur is namelijk een van de vormen waarin de samenleving over zichzelf reflecteert. *“Juist door een ‘onmaat’ aan te geven laat kunst zien dat de maat van cultuur slechts relatief is. Anders geformuleerd: iedere onmaat kan maat worden, waardoor wat eerder maat was, ‘onmaat’ wordt.”* (Gielen et al., 2014, p. 20). De vertrouwde sociale orde kan hierdoor in meer of mindere mate worden beïnvloed (Gielen et al., 2014). Gielen et al. (2014) stellen zelfs dat het vormgeven van en betekenis geven aan manieren van samenleven de core-business is van de cultuursector. Dit alles is voornamelijk te danken aan de communicatieve dimensie van kunst en cultuur (Belfiore en Bennet, 2007). Naast zingeving aan de wereld speelt zingeving aan zichzelf en het mee vormen van de identiteit ook een rol in het ‘cognitive growth’ construct. Dankzij gevormde vaardigheden waarover hierboven sprake was bij ‘educative impact’ leert cultuur reflecteren over zichzelf en zichzelf in de sociale wereld waardoor het meer vat krijgt op het eigen bestaan. Dit aspect wordt niet bij het educatieve construct geplaatst, maar hier bij het cognitieve. De ontwikkeling van zelfwaarneming en –reflectie is immers dermate verbonden aan de kunstzinnige ervaring dat dit tot de intrinsieke waarden van cultuur moet gerekend worden (Gielen et al., 2014), terwijl het educatieve construct de eerder instrumentele aspecten behandelt. Identiteit komt verder ook voor bij White en Hede (2008), zij spreken over betekenis geven aan zichzelf en het eigen leven. Het laatste onderdeel van ‘cognitive growth’ is ‘intellectual stimulation’. Wanneer een individu zijn aandacht op een kunstwerk of een cultureel gebeuren richt wordt deze uitgenodigd om er een betekenis aan te geven. Omdat de betekenis ervan ingebed is in de ervaring, en niet letterlijk wordt vermeld, kan het individu een geheel nieuw perspectief op de wereld verkrijgen en de perceptie ervan (McCarthy et al., 2004). Deze notie is niet alleen terug te vinden bij McCarthy et al. (2004), ook Radbourne, Glow en Johanson (2010) en Brown en Novak (2007) bespreken iets gelijkaardigs. Bij White en Hede (2008) wordt dit construct

teruggevonden bij perceptie. Ze spreken namelijk over een invloed van kunst op het karakteriseren van het leven door de perceptie van zichzelf, anderen en de wereld. Het construct 'cognitive growth' heeft dus drie onderdelen. 'Knowledge' enerzijds, waaronder het uitbreiden van de kennis en meer specifiek het verbreden van het wereldbeeld onder wordt verstaan. Ten tweede is er de kennis over en het betekenis geven aan zichzelf. Ten slotte is er sprake van 'intellectual stimulation' als gevolg van gefocuste aandacht op de betekenis van een kunstwerk of cultureel gebeuren.

Well-being. 'Well-being' wordt door White en Hede (2008) gedefinieerd als een algemeen gevoel van tevredenheid, Walmsley (2013) ziet het eerder als een overkoepelende term van andere positieve impactaspecten. Volgens Walmsley (2013) wordt 'well-being' in het geval van impact van kunst en cultuur vooral gekenmerkt door een tijdelijke ontsnapping aan de dagelijkse sleur. Dat ontsnappen komt ook terug bij White en Hede (2008). Zij voegen er echter ook catharsis aan toe. Dat laatste is een narratologische term die emotionele zuivering betekent (White & Hede, 2008). In dit onderzoek wordt catharsis meegenomen in het construct 'emotional impact' (zie verder) en maakt hier dus geen deel uit van het construct 'well-being'. Dit maakt nogmaals duidelijk dat impact een ingewikkeld gegeven is en dat er tussen de verschillende bronnen wel wat tegenstellingen te vinden zijn. Bijgevolg kan dit voor overlap zorgen tussen verschillende constructen in dit model. Het ene construct kan een invloed hebben op een andere. In dit onderzoek wordt aan 'well-being' wel nog een andere term gekoppeld. In heel wat andere onderzoeken wordt over de captivatie van kunst en cultuur gesproken. Captivatie wordt door Brown en Novak (2007) beschreven als de mate waarin een toeschouwer of bezoeker besef van tijd en ruimte verliest en de wereld van het kunstgebeuren infiltreert. Captivatie is ook gelinkt aan het ontsnappen aan de dagelijkse sleur omdat je als het ware helemaal wordt meegenomen of zelfs meegesleurd door het kunst- of cultuurgebeuren. Zo meldt een participant aan het onderzoek van Walmsley (2013) het volgende *"It's a relief to be taken out of the reality of life for a while"* (p.81). Captivatie komt terug bij McCarthy et al. (2004) en Brown en Novak (2007). McCarthy et al. (2004) omschrijven het als een vorm van absorptie die een persoon weghaalt van het gebruikelijke en dagelijkse en

hem of haar in een staat van gefocuste aandacht brengt. Ook bij Brown en Novak (2007) gaat het om de graad van absorptie. Walmsley (2013) heeft naast 'well-being' nog een ander aspect dat in dit construct past, flow. Flow wordt bij Walmsley (2013) besproken in termen van ontsnapping en immersie. Flow wordt verder ook aangehaald bij Belfiore en Bennet (2007) en gaat om een diepe betrokkenheid die diegene die het kunst- of cultuurgebeuren ondergaat in een autotelische staat brengt, een staat die intrinsiek bevredigend is. Captivatie en ontsnappen aan de dagelijkse sleur passen in het 'well-being' construct omdat deze een ontspannende en ontstressende invloed hebben op het individu waardoor het algemene gevoel van tevredenheid omhoog gaat.

Emotional impact. Zoals hierboven reeds werd vermeld is een eerste onderdeel van emotionele impact catharsis. White en Hede (2008) zagen dit als een onderdeel van 'well-being', in dit onderzoek wordt het bij de emotionele impact geplaatst omdat het om een 'emotionele' zuivering gaat. Volgens Walmsley (2013) is catharsis een traditionele aanpak om impact te evalueren. Het wordt vooral toegepast bij tragedies, de zuiveringstheorie zegt namelijk dat tragedies de emoties medelijden en angst kunnen opwekken in het publiek (Walmsley, 2013). De kijker beweegt zich namelijk "*in het spanningsveld van vrees en medelijden met de held en wordt daardoor gezuiverd*" (van Gorp, 2007). Volgens sommige theoretici gaat het zelfs nog verder en wordt het beschreven als een emotionele genezing. Die zou het gevolg zijn van een extase van sympathie getriggerd door de verlichting van de emoties medelijden en angst (Walmsley, 2013). "*In ruimere zin wordt de term catharsis gebruikt voor het zuiverend, therapeutische effect dat om het even welk soort literair werk (ook verhalen, proza en lyriek) kan hebben op de lezer of de schrijver*" (van Gorp, 2007). Deze interpretatie van catharsis draagt dus ook bij tot de claims voor een therapeutisch effect van kunst en cultuur waarover sprake is bij het construct 'health'. Een meer moderne benadering van catharsis bekijkt het concept op een bredere manier. Catharsis wordt gezien als het aanmoedigen van het publiek om hun emoties te projecteren op de personages uit het kunstwerk, wat resulteert in een fysieke reactie (zoals lachen of huilen), waardoor deze emoties als het ware worden vrijgelaten (Walmsley, 2013). Een tweede belangrijk

aspect bij de emotionele impact is empathie. Zoals uit de moderne benadering van catharsis blijkt, is empathie met de personages uit het kunstwerk belangrijk. Volgens Radbourne, Glow en Johanson (2010) spelen de authenticiteit van de emoties van zowel de personages als de toeschouwer daarbij een rol. Empathie met de personages wordt verder ook aangehaald door Brown en Novak (2007). McCarthy et al (2004) gaan nog verder en melden dat het in staat zijn tot empathie wordt verhoogd door de kunsten. Doordat individuen ervaringen van mensen die van hen verschillen worden aangeboden zijn ze meer open naar onbekende mensen, attitudes en culturen. Een voorbeeld van emotionele impact wordt gegeven door een participant bij White en Hede (2008): *"I was crying but trying to keep cool. All of my skin was like on end and I felt like if nobody was there I would just sit down and weep. So that's huge, that's just a massive impact."* (p.29).

Aesthetic impact. De esthetische impact van kunst en cultuur is relatief eenzijdig. Het gaat eigenlijk eerder over de esthetische innovatie. De mate waarin de bezoeker of toeschouwer in contact kwam met een nieuwe kunstvorm. Dit construct komt terug bij Brown en Novak (2007) onder de naam 'aesthetic growth', veranderende gevoelens of attitudes over een bepaalde kunstvorm, het willen volgen van een bepaalde artiest in de toekomst en geïnspireerd zijn met nieuwe creatieve ideeën kunnen volgens hen ook tot esthetische impact leiden. Bij White en Hede (2008) is het een onderdeel van innovatie en wordt ernaar gerefereerd als 'new art forms', zij vermelden hierbij tevens het verleggen van de grenzen van kunst.

Ten slotte moet hier worden vermeld dat deze constructen geen strikte grenzen kennen. Er bestaat namelijk heel wat interactie en overlap tussen de verschillende constructen. Zo geeft het beïnvloeden van het wereldbeeld dat onder het cognitieve construct valt ook mee vorm aan de gemeenschap, terwijl het gemeenschapsvormende een ander construct is, namelijk 'communal value'. Ook het onderscheid tussen de constructen 'educative impact' en 'cognitive growth' is hier een voorbeeld van. Beide constructen behandelen cognitieve aspecten, het onderscheid tussen beide is dat educatieve impact de meer instrumentele aspecten bevat en 'cognitive growth' eerder intrinsiek is. Het behoeft geen gedetailleerde uitleg dat beide constructen

elkaar beïnvloeden en nauw verwant zijn. Een voorbeeld van een interactie tussen verschillende constructen kan bij oudere mensen worden gevonden. De sociale dimensie van cultuur ('communal value') werkt bij ouderen namelijk als een prikkel om actief te blijven (Gielen et al., 2014) wat een positieve invloed heeft op hun gezondheid (health).

Enablers

Naast de verschillende constructen die deel uit maken van de impact van kunst en cultuur zijn er ook zogenaamde enablers. Factoren die het voorvallen van impact faciliteren (White & Hede, 2008). White en Hede (2008) zijn de eerste die enablers letterlijk in hun model meenemen. Zij onderscheiden drie categorieën, 'opportunity', 'resonance' en 'experience'. Brown en Novak (2007) beschrijven in hun onderzoek een 'readiness-to-receive' dat hier nauw bij aansluit. Ook dat bestaat uit drie onderdelen; 'anticipation', 'relevance' en 'context'. In dit onderzoek worden beide modellen gecombineerd en aangevuld met informatie uit Belfiore en Bennet (2007), Radbourne, Glow en Johanson (2010), Walmsley (2013) en Walmsley (2016). Dit resulteert in zes verschillende categorieën van enablers; opportunity/risk, resonance/relevance, anticipation, experience/absence of distraction, pleasure en context/information.

Opportunity/risk. De eerste categorie van enabler wordt in twee bronnen aangehaald. Bij White en Hede (2008) wordt ze positief gedefinieerd door 'opportunity', Radbourne, Glow en Johanson beschrijven een gelijkaardig fenomeen in termen van risico's. White en Hede (2008) omschrijven deze categorie als de opportuniteit om aan kunst deel te nemen gekarakteriseerd door toegang, tijd en kost. Participanten moeten namelijk toegang hebben tot kunst en de tijd en financiële middelen hebben om eraan deel te nemen vooraleer impact kan plaatsvinden (White & Hede, 2008). De opportunity volgens White en Hede (2008) reflecteert de marketingmix (Walmsley, 2013). Dat de toegang tot cultuur als enabler fungeert blijkt ook uit een onderzoek van Grossi et al. (2012) dat aangehaald wordt in 'De waarde van cultuur' (Gielen et al., 2014). Daaruit bleek namelijk dat toegang tot en deelname aan culturele activiteiten, na de aanwezigheid van ziektes, de belangrijkste determinant is als het gaat om het psychologisch welzijn van mensen. Radbourne, Glow en Johanson

(2010) bespreken vier verschillende vormen van risico's om (opnieuw) aan theater te doen. Een volledige overlap met White en Hede zit in het economische risico, de kost maakt deel uit van het beslissingsproces (Radbourne, Glow en Johanson, 2010). De drie andere vormen van risico's geven geen één op één relatie met White en Hede (2008) maar sluiten hier wel bij aan. Het psychologische risico gaat over het feit dat het (artistiek) product een bedreiging kan vormen voor het zelfbeeld van de klant. Het sociale risico is gelijkaardig maar gaat over hoe de klant naar anderen overkomt. Het functionele risico, ten slotte, gaat over de mogelijkheid dat het (artistieke) product niet aan de verwachtingen voldoet. Op deze verwachtingen wordt verder ingegaan bij de enabler 'anticipation'.

Resonance/relevance. De volgende categorie gaat over de verbinding van de toeschouwer of bezoeker met hun kunstwerk of cultureel gebeuren. Enerzijds gaat dit over de persoonlijke of communale identificatie met het werk of het gebeuren (White en Hede, 2008). Anderzijds gaat het over de mate waarin men zich in een bekende of comfortabele situatie bevindt, sociaal of cultureel (Brown en Novak, 2007). Gielen et al. (2014) halen in dit opzicht aan dat het toegangsticket tot een specifieke kunstwereld nog steeds uit bepaalde gedragscodes, gemarkeerde discoursvaardigheden en wenselijke opvattingen bestaat. Er kunnen dus ook negatieve gevoelens gekoppeld worden aan kunstparticipatie, gevoelens van buitengesloten zijn kunnen ook een gevolg zijn (Gielen et al., 2014). Dit gegeven komt ook terug bij Belfiore en Bennet (2007), zij melden dat er een bepaalde etiquette is die komt kijken bij een bezoek aan bijvoorbeeld het theater die ervoor kan zorgen dat mensen die dit nog niet vaak deden een bepaald gevoel van sociale en emotionele ongemakkelijkheid kunnen ervaren.

Anticipation. Anticipatie of voorbereiding gaat over de psychologische staat van een individu net voor het kunst- of cultuurgebeuren. Dit kan gaan van lage tot hoge verwachtingen (Brown en Novak, 2007). Verwachtingen zijn volgens Belfiore en Bennet (2007) essentieel voor de uiteindelijke ervaring, ze zouden namelijk een onmiddellijke invloed hebben op de responsiviteit van het individu en hoe hoger die is, hoe hoger de emotionele verbintenis is wat in een hogere impact kan resulteren. Verwachtingen zijn daarenboven sterk afhankelijk van het individu, volgens Belfiore en

Bennet (2007) hebben onder meer geslacht, leeftijd, seksuele oriëntatie, culturele achtergrond en sociale klasse een invloed op de verwachtingen die worden geschept. Verder kan alleen al de anticipatie op een theaterbezoek gevoelens van 'well-being' triggeren (Walmsley, 2013). De anticipatie blijkt nog uit een quote van een participant aan Walmsley's onderzoek: "*All day I've been aware I'm going to the theatre tonight*" (2013, p.81). De waarde die het individu aan kunst of cultuur hecht kan dus een invloed hebben op de mate van anticipatie en verwachtingen.

Experience/absence of distraction. De vierde soort van enabler gaat over de ervaring tijdens het gebeuren. Daarbij zijn volgens White en Hede (2008) verschillende zaken van belang. Eerst en vooral zijn er de omstandigheden en achtergrond van het individu, vervolgens de atmosfeer en omgeving en ten derde het type van de ervaring en bijvoorbeeld de mate van participatie. Dit komt tevens terug in de uiteenzetting van Belfiore en Bennet (2007). Zij halen aan dat een kunstervaring niet los kan gezien worden van de historische context. Welke reacties op bepaalde kunstvormen al dan niet aanvaard zijn is namelijk sterk afhankelijk van de historische en sociale context. Zo is het vandaag heel gewoon om te wenen bij een film- of theatervoorstelling maar wordt dit als een vreemde respons op een schilderij gezien, terwijl dit in het verleden wel als normaal werd beschouwd (Belfiore en Bennet, 2007). Ook het tweede element, omgeving, wordt door Belfiore en Bennet (2007) vermeld. De fysieke omgeving waarin het esthetische gebeuren plaatsvindt kan volgens hen namelijk een significant effect hebben op de kwaliteit van de ervaring. Zo kan de architectuur van een traditioneel theater een invloed hebben op de interpretatie en ervaring van het theatergebeuren dat erin plaatsvindt. Een ander voorbeeld hiervan staat in een artikel door Walmsley (2016), namelijk hoe uitnodigend een kunstplek wordt ervaren en hoe welkom participanten zich voelen zou ook een invloed hebben. Dit alles kan aangevuld worden met een aspect van negatieve invloed op de impact dat door Walmsley (2013) wordt aangehaald, namelijk 'distraction'. Slecht gedrag of veel rumoer van andere participanten kan er namelijk voor zorgen dat er minder impact is. Om 'distraction' als een enabler te formuleren moeten we het dus hebben over de afwezigheid ervan.

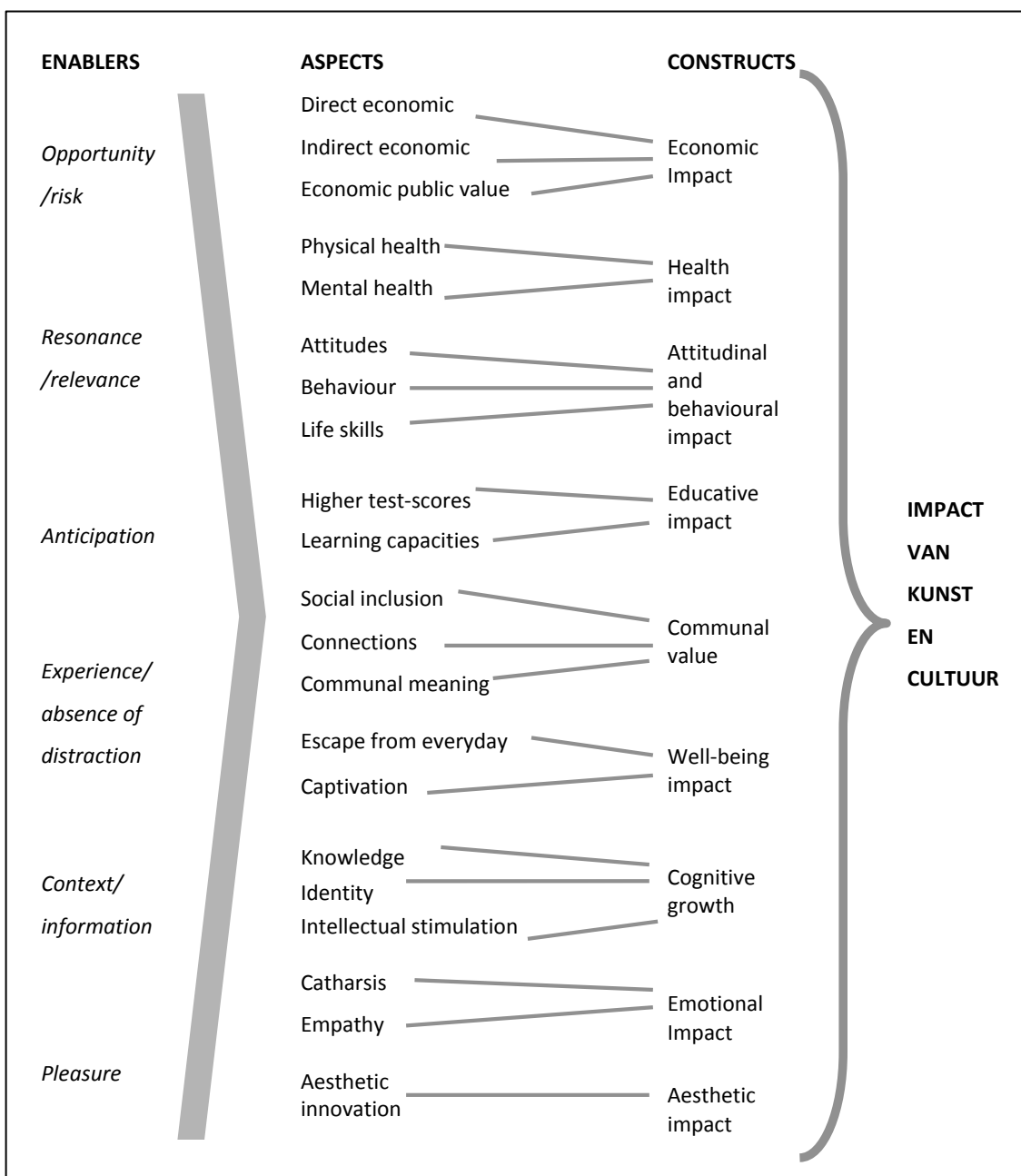
Pleasure. 'Pleasure' is terug te vinden bij McCarthy et al. (2004) en White en Hede (2008). Enerzijds is er de link met 'beauty'; een gevoel van intens genot dat aangewakkerd wordt door iets moois (White & Hede, 2008). Belfiore en Bennet (2007) beschrijven 'pleasure' in deze zin als volgt: *"The pleasure of beauty is like perceiving a solution to a problem, and enjoying it for its own sake, rather than because personal rewards are anticipated."* (p.229). Het ervaren van een visueel spektakel is hier tevens nauw aan verwant (White en Hede, 2008). Het tweede onderdeel van 'pleasure' is 'satisfaction'. McCarthy et al. (2004) beschrijven 'pleasure' als een vorm van diepe tevredenheid, te danken aan een fantasierijke ervaring die vaak intenser, meer onthullend en betekenisvol is dan eigenlijke ervaringen. De diepe tevredenheid omvat ook kunstwerken die het individu verontrustend, desoriënterend of tragisch vindt (McCarthy et al., 2004). 'Pleasure' wordt door een aantal bronnen aangehaald als een construct van impact. Hier wordt het bij de enablers geplaatst omdat niet van een duidelijk effect op korte of lange termijn kan worden gesproken. Wel laat het toe dat andere effecten plaatsvinden. De esthetische kwaliteit ('beauty') kan een versterkende factor zijn voor het realiseren van waarden die aan de kern van kunst raken zoals het verbreden van het wereldbeeld (Gielen et al., 2014).

Context/information. De laatste categorie is context en informatie. Context bij Brown en Novak (2007) gaat over de informatie en ervaring die het individu heeft. Radbourne, Glow en Johanson (2010) halen ook aan dat informatie voorzien voor het publiek of de bezoekers voor een beter begrip en bijgevolg rijkere ervaring kan zorgen. Informatie kan echter ook een negatieve invloed op de kunstervaring als gevolg hebben. Het is namelijk aangetoond dat negatieve recensies een sterk effect hebben op de ervaring van het publiek (Boorsma en van Maanen, 2003; quoted in Belfiore en Bennet, 2007). Informatie kan er verder ook voor zorgen dat de kunstervaring wordt uitgebreid. Denk hierbij bijvoorbeeld aan gesprekken of toelichtingen voor- of na een theater- of operavoorstelling (Walmsley, 2013), maar ook de onderzoeken zelf hebben dit soms als gevolg. Zo meldt een participant aan de focusgroep die door Radbourne, Glow en Johanson (2013) werd opgericht dat het praten en dieper ingaan op de

ervaring op zijn beurt bijdraagt tot die ervaring. Ook in het onderzoek van Walsmley (2016) waar ‘deep hanging out’ wordt toegepast kwam deze bevinding naar boven.

Overzicht

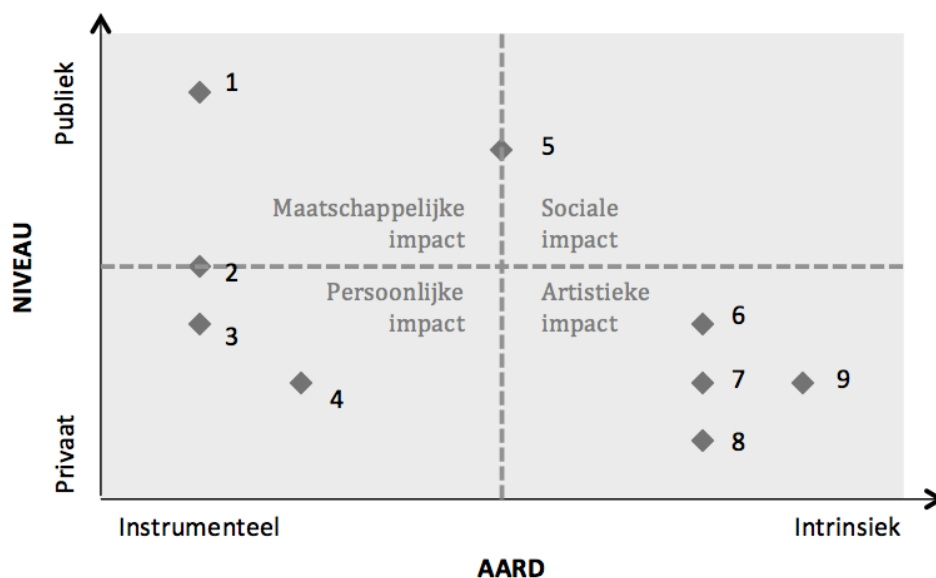
In de figuur hieronder kan het overzicht van alle enablers en de constructen met hun verschillende aspecten geconsulteerd worden.



Figuur 2: Overzicht impactconstructen, aspecten en enablers

1.3.3.3. Impact model - Resultaat

Nu de constructen inhoudelijk zijn bepaald kunnen ze op het model, dat hierboven in 1.3.3. werd opgesteld, geplaatst worden. Het resultaat daarvan kan geconsulteerd worden in de figuur hieronder.



- | | |
|-------------------------------------|---------------------|
| 1. Economic impact | 6. Cognitive growth |
| 2. Health impact | 7. Emotional impact |
| 3. Attitudinal & behavioural impact | 8. Aesthetic impact |
| 4. Educative impact | 9. Well-being |
| 5. Communal value | |

Figuur 3: Impact model naar impact-aard en -niveau.

Om de positie van elk construct te bepalen vertrekken dient het framework van McCarthy et al. (2004) als vertrekpunt. Dat onderzoek is namelijk het enige van de geconsulteerde dat de verschillende impactconstructen ook ten op zichte van elkaar plaatst volgens aard en niveau. In het framework van McCarthy et al. (2004) wordt echter met een dualistisch onderscheid gewerkt tussen intrinsiek en instrumentele aard, en zijn er slechts drie niveaus (privaat, privaat met publieke spillover en publiek). In dit onderzoek wordt voor zowel het niveau als voor de aard met een spectrum gewerkt en krijgen de constructen een score op twee verschillende Likert-items van telkens zeven punten. Het eerste item betreft het niveau (verticale as op de grafiek).

Wanneer het construct geheel privaat is bedraagt de score één, geheel publiek komt overeen met een score van zeven. (1 geheel privaat, 2 overwegend privaat, 3 enigszins privaat, 4 neutraal, 5 enigszins publiek, 6 overwegend publiek, 7 geheel publiek). De aard van de impact vormt de tweede as (horizontale as op de grafiek). Opnieuw wordt een Likert-item van zeven punten gehanteerd. (1 geheel instrumenteel, 2 overwegend instrumenteel, 3 enigszins instrumenteel, 4 neutraal, 5 enigszins intrinsiek, 6 overwegend intrinsiek, 7 geheel intrinsiek). Omdat de gevormde constructen geen één op één relatie vertonen met diegene uit het onderzoek van McCarthy et al. (2004) en omdat hier met een schaal wordt gewerkt in plaats van respectievelijk twee of drie klassen voor aard en niveau worden de scores mee bepaald door de informatie uit de overige geconsulteerde onderzoeken en logisch redeneervermogen.

‘Economic growth’ bij McCarthy et al. (2004) is publiek en intrinsiek waardoor het in dit model in de maatschappelijke zone zou moeten vallen. De economische impact is het enige construct dat als geheel publiek kan worden gezien. Er is namelijk geen enkele situatie waar enkel één individu impact ondervindt. Zelfs wanneer een klant een kunstwerk rechtstreeks bij de kunstenaar koopt zijn er meerdere betrokkenen, de klant moet namelijk met een vervoersmiddel – dat geld heeft gekost – tot bij de kunstenaar geraken, of in het bezit zijn van een toestel – dat ook geld heeft gekost – om het kunstwerk online te kunnen aankopen. Economische impact is bijgevolg helemaal niet privaat en dus geheel publiek. Op de schaal instrumenteel – intrinsiek krijgt economische impact score één toegewezen. Er is geen enkele onderzoeker die economische aspecten bij de intrinsieke impact plaatst, economische impact ligt namelijk geheel buiten het kunst- of cultuurgebeuren an sich. Dit construct is het enige dat volledig in de maatschappelijke zone valt.

Net als de economische impact krijgt ‘health impact’ score één op de aard-as. Gezondheid wordt bij McCarthy et al. (2004) aan de instrumentele kant geplaatst en wordt door geen enkele onderzoeker bij de intrinsieke effecten geplaatst. Gezondheid valt dus opnieuw geheel buiten het kunst- of cultuurgebeuren zelf. ‘Health impact’ krijgt verder een neutrale score op de as privaat – publiek. McCarthy et al. (2004) plaatsen het namelijk op de spillover tussen publiek en privaat. Fysieke en mentale

gezondheid is niet enkel een individueel voordeel maar er kan ook gesproken worden over de mentale en fysieke gezondheid van de totale bevolking van de maatschappij. Op die manier ligt dit construct op de grens tussen de maatschappelijke en de persoonlijke impact.

Het volgende construct, 'attitudinal en behavioural impact', wordt door McCarthy et al. (2004) niet als geheel in het schema geplaatst. In plaats daarvan krijgen enkele elementen ervan een plaats toegewezen maar lang niet allemaal. Voor dit construct moet dus in meerdere mate een beroep worden gedaan op assumpties. De elementen die een plaats krijgen vallen in het spillover gebied aan de instrumentele kant van het schema. Daardoor kunnen we geheel publiek of geheel privaat reeds uitsluiten. Het construct 'attitudinal and behavioural impact' wordt hier de score 'enigszins privaat' toegewezen. Attitudes en gedrag zijn volgens de onderzoeker namelijk een individuele aangelegenheid maar zogenaamd wenselijk gedrag heeft ook een positieve impact op de samenleving in het algemeen. Dit construct is tevens het laatste geheel instrumentele construct daar wederom geen enkele onderzoeker het als intrinsieke impact besprak.

Het vierde construct, educatieve impact, scoort overwegend privaat en overwegend instrumenteel. Het is een construct dat bij McCarthy et al. (2004) uit twee verschillende elementen op het schema bestaat. Namelijk enerzijds 'improved test scores' en anderzijds 'improved learning skills'. Beiden vallen aan de instrumentele kant van de as maar het eerste bevindt zich bij de private effecten, de leercapaciteiten bij de spillover. Hier wordt dus gekozen voor overwegend privaat in plaats van geheel privaat. Wat de aard van het construct betreft is hier het onderscheid tussen cognitieve en educatieve impact van belang. Beide behandelen het cognitieve en zijn het resultaat van verschillende 'learning', 'cognitive' en 'education' aspecten bij de verschillende onderzoeken. Er moest een onderscheid worden gemaakt tussen twee constructen in het bekomen model omdat er zowel sprake was van intrinsieke als instrumentele aspecten. In dit construct, educatieve impact, werden de instrumentele ondergebracht. Het zou echter fout zijn om van geheel instrumenteel te praten, gezien de nauwe verwantheid tussen beide. Hogere testcores zijn bijvoorbeeld gedeeltelijk

het resultaat van kennis opgedaan door het kunstwerk of cultuurgebeuren. Dit construct valt, net als het vorige, in de persoonlijke zone.

Het construct 'communal value' valt op de grens tussen intrinsiek en instrumenteel. Het kan namelijk niet zuiver intrinsiek worden genoemd omdat er voor de gemeenschapsvormende aspecten niet per se een mentale verbintenis met het kunst- of culturobject nodig is. Het is ook niet puur instrumenteel omdat de gevormde connecties met medetoeschouwers en artiesten wel inherent zijn aan de kunstervaring. 'Communal value' ligt bijgevolg op de grens tussen de sociale en maatschappelijke zone. Het communale valt verder op de grens omdat het construct een resultaat is van verschillende aspecten aan beide kanten van de as bij de geconsulteerde onderzoeken. Zo valt sociaal kapitaal bij McCarthy et al. (2004) aan de instrumentele kant en sociale banden aan de intrinsieke kant. Beide zijn bij McCarthy et al. (2004) wel publiek. De term gemeenschapsvormend verraadt reeds waarom dit construct aan de publieke kant van de as valt. Het vormt namelijk de gemeenschap. Het is hier niet geheel publiek omdat het creëren van connecties en het ergens bij horen ook persoonlijke voordelen zijn.

De overige vijf constructen vallen allemaal aan de intrinsieke kant van het model. Deze impactconstructen zijn dus inherent aan het kunst- of cultuurgebeuren. Het gros van de constructen valt in de artistieke zone. 'Cognitive growth', 'emotional impact' en 'aesthetic impact' scoren allemaal 6 op de as instrumenteel – intrinsiek. Deze zijn dus overwegend, maar niet geheel intrinsiek. Bij 'aesthetic impact' en 'cognitive growth' komt dit door de uitbreiding van de kennis (respectievelijk door nieuwe kunstvormen en een breder wereldbeeld), bij de 'emotional impact' is het de verhoogde capaciteit voor empathie die niet louter intrinsiek is. Van deze drie constructen is de esthetische impact wel de enige geheel private. Het leren kennen van nieuwe kunstvormen door een individu heeft geen publiek element. Dit construct komt enkel voor bij Holden (2004) en White en Hede (2008), beide onderzoeken werken niet volgens het onderscheid tussen publiek en privaat waardoor de plaatsing van het construct hier afhankelijk is van veronderstellingen van de onderzoeker.

De 'emotional impact' bestaat voornamelijk uit catharsis en empathie. Enkel empathie komt voor bij McCarthy et al. (2004), bij de private voordelen met een publieke spillover. Net als bij het educatieve kan dus niet over geheel privaat worden gesproken en krijgt het construct de score 'overwegend privaat'. 'Cognitive growth' is nog wat meer publiek, dit construct valt zuiver in de spillover categorie bij McCarthy et al. (2004). Het wordt hier echter niet pal in het midden geplaatst aangezien een wereldbeeld een subjectieve aangelegenheid blijft. Het krijgt met andere woorden de score 'enigszins privaat'.

Het laatste construct, 'well-being' is geheel intrinsiek. Ontsnappen aan de dagelijkse sleur en de captivatie zijn inherent aan de ervaring gekoppeld aan het kunst- of cultuurgebeuren. 'Well-being' valt op de niveau-as op hetzelfde niveau als de emotional impact, enigszins privaat. Captivatie valt bij McCarthy et al. (2004) bij de private voordelen maar het ontstressen gekoppeld aan het ontsnappen aan de dagelijkse sleur zorgt ervoor dat het hier niet als geheel privaat wordt beschouwd. Minder gestresseerd zijn kan namelijk ook een voordeel zijn voor de omgeving en bij uitbreiding de maatschappij.

1.4. ONDERZOEKSVRAAG

In het voorgaande stuk werd bepaald waaruit de impact van kunst en cultuur precies bestaat. In dit onderzoek wordt ervoor gekozen om niet alle bekomen constructen mee te nemen. Dit om verschillende redenen. In de eerste plaats laat het tijds kader van dit onderzoek het niet toe om alle aspecten even grondig te bestuderen. De volledige economische impact in kaart brengen bijvoorbeeld vergt uitgebreide berekeningen en zou dit onderzoek te ver leiden. Ook het opvolgen van test-scores valt buiten het bereik van dit onderzoek. Daarenboven zijn bepaalde aspecten door verschillende onderzoekers reeds uitvoerig beschreven en bewezen. We kunnen met andere woorden de positieve impact op bepaalde vlakken aannemen op basis van gepubliceerde onderzoeken. Zo schrijven Gielen et al. (2014) dat ze aan de hand van studies uit Noorwegen, Schotland en Italië hard kunnen maken dat cultuurdeelname wel degelijk een effect heeft op de gezondheid van mensen. Ook de economische

impact van de culturele sector wordt volgens Gielen et al. (2014) voor waar aangenomen. Minister Sven Gatz (2014) haalt daarenboven in zijn beleidsnota aan dat een onderzoek van Flanders DC kenniscentrum de belangrijke economische waarde van cultuur aantoonde. Verder rijzen vandaag heel wat stemmen die de nood aan onderzoek naar de intrinsieke kwaliteiten van kunst en cultuur benadrukken. In navolging van dit alles wordt in dit onderzoek gekozen om de geheel - en overwegend instrumentele constructen niet mee te nemen in verder onderzoek en bijgevolg enkel verder te gaan met de niet-instrumentele impact. Impact in dit onderzoek bestaan met andere woorden uit de 'communal value', 'cognitive growth', 'emotional impact', 'aesthetic impact' en 'well-being'.. Het verschil tussen intrinsieke impact en niet-instrumentele impact zit in het feit dat niet-instrumentele ook constructen omvat die instrumentele elementen kunnen hebben of, zoals het communale, op de grens tussen beide vallen. Dit leidt tot de volgende onderzoeksvraag:

Op welke manier kan de niet-instrumentele impact van culturele evenementen binnen lokaal cultuurbeleid adequater in kaart worden gebracht?

Een eenzijdige hypothese geven als antwoord op de onderzoeksvraag is voor dit onderzoek een moeilijke zaak. Wel is het mogelijk om enkele verwachtingen te formuleren. Zo wordt verwacht dat er verscheidene mogelijkheden zijn om met kwalitatief onderzoek de reeds bestaande kwantitatieve metingen aan te vullen en zo een duidelijker beeld te geven van de impact van evenementen binnen lokaal cultuurbeleid. Dit op een systematische manier implementeren zou wel een zeer tijdsintensieve zaak kunnen zijn. Zo melden Berghmans et al. (2014) dat impact evalueren veel tijd en energie vraagt en nooit op zich staat.

1.5. METHODOLOGIE

Het onderzoek in deze thesis zal verlopen aan de hand van ontwerpgericht onderzoek. Er zal worden nagegaan welke manieren er bestaan of aangewend kunnen worden om de niet-instrumentele impact van culturele evenementen in kaart te brengen.

Ontwerpgericht onderzoek wordt uitvoerig besproken door Van Aken en Andriessen (2011) en verschilt van het meer traditionele verklarende wetenschappelijk onderzoek in vier aspecten. Ten eerste is het onderzoek dat wordt gedreven door een veldprobleem in plaats van een kennisprobleem. Dat is hier ook het geval. LCB Antwerpen zoekt, zoals aangehaald in de probleemstelling, een mogelijkheid om impact op een meer diepgaande manier weer te geven dan het louter cijfermatige dat momenteel voor handen is. De tweede eigenschap is dat het onderzoek werkt vanuit een spelersperspectief in plaats van een waarnemersperspectief. Zoals reeds werd vermeld vindt dit onderzoek plaats in het kader van een praktijkproject bij Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen. De onderzoeker werkt met andere woorden tussen en met de medewerkers van LCB Antwerpen gedurende een periode van drie maanden. Daardoor vinden niet alleen formele en informele gesprekken plaats over het onderwerp, het onderzoek gebeurt ook in overleg met twee stagebegeleiders en projectcoördinatoren van de behandelde casussen. Ten derde is dit soort onderzoek oplossingsgericht en niet enkel verklarend. Dat wil echter niet zeggen dat er geen verklarend onderzoek gebeurt, om tot goede oplossingen te komen is namelijk een grondige kennis noodzakelijk. Een beschrijvend of verklarend onderzoek gaat vaak dus vooraf aan het onderzoek, echter is de verworven kennis niet het doel op zich maar een middel om tot oplossingen te komen (Van Aken en Andriessen, 2011). Het uitvoerige theoretische kader dat aan dit onderzoek vooraf ging past in deze traditie. De kennis zal verder worden uitgediept in hoofdstuk drie 'meten van impact'. De vierde eigenschap is dat de onderzoeksresultaten een pragmatische validiteit kennen. De resultaten zijn met andere woorden gericht op bruikbaarheid, niet puur op verklaring (Van Aken en Andriessen, 2011). Dat is ook de insteek van het huidige onderzoek, het is de bedoeling dat LCB Antwerpen aan de slag kan met de resultaten en hun rapportering van impact op termijn kan uitbreiden of aanpassen.

De resultaten uit het literatuuronderzoek, dat instaat voor het vergaren van kennis, zullen dus gebruikt worden om een voorstel te ontwikkelen om impact te kunnen meten van culturele evenementen binnen LCB. LCB in Vlaanderen omvat op stedelijk niveau grofweg de werking van bibliotheken en culturele centra. Om die reden wordt

voor vier verschillende soorten activiteiten gekozen die binnen deze werking passen, namelijk: podiumkunsten, bibliotheekwezen, immaterieel cultureel erfgoed en cultureel ondernemerschap. Deze categorieën werden gekozen in samenspraak met Mieke van Geel, coördinator doelgroepen en innovatie bij LCB Antwerpen. Onder deze categorieën worden drie cases theoretisch uitgewerkt ter illustratie van de theorie. Deze cases worden binnen dit onderzoek niet uitgevoerd in de praktijk daar het tijds kader van dit onderzoek dat niet toelaat. Een tweede argument om het onderzoek in de eerste plaats op te splitsen in categorieën stamt uit de twijfel die Belfiore en Bennet (2007) aanhalen of ervaringen van verschillende kunstvormen wel als overeenstemmend kunnen worden beschouwd, en in welke mate ze generaliseerbaar zijn.

1.6. ETHIEK

Dit onderzoek werd uit een eenzijdig Westers perspectief opgesteld. De geconsulteerde literatuur is voornamelijk afkomstig uit de Westerse wereld. Daarenboven komen de aangehaalde voorbeelden en cases, daar deze thesis binnen een praktijkproject bij LCB Antwerpen loopt, voornamelijk uit hun werking. Om die reden moet tevens voorzichtig worden omgesprongen met de algemene toepasbaarheid van de bevindingen van het onderzoek.

In 'De waarde van cultuur' door Pascal Gielen en collega's (2014) staat te lezen dat in alle studies die zij onderzochten cultuur beperkt wordt tot georganiseerde cultuur. Ook hier wordt deze beperking ingelast. Dit is opnieuw een gevolg van het kader van LCB. Georganiseerde cultuur wordt door Gielen et al. (2014) als volgt omschreven: *"cultuuractiviteiten die bewust worden geïnitieerd en aangeboden, zoals het maken van een theatervoorstelling, het organiseren van een kookclub of het openhouden van een archief of bibliotheek"* (p. 30).

Heel weinig studies bekijken negatieve impact of een negatieve invloed op impact. Hier werden slechts drie duidelijke voorbeelden aangehaald. De negatief geformuleerde risico's die een drempel kunnen vormen voor cultuurdeelname, negatieve recensies die een invloed kunnen hebben op de verwachtingen en de

afleiding die in de omgeving kan plaatsvinden waardoor de ervaring van het cultuurgebeuren minder positief is. Dit blijft zeer beperkt. Dit wil echter niet zeggen dat er geen negatieve effecten zijn. Zo halen Gielen et al. (2014) het volgende aan: *“[n]ogal wat onderzoek – hoe wetenschappelijk en onafhankelijk ook uitgevoerd – draagt dan ook wellicht de al dan niet impliciete opdracht met zich mee om de georganiseerde cultuur – al dan niet gesubsidieerd – te legitimeren.”* (p. 89). Ook bij dit onderzoek moet dit in het achterhoofd worden gehouden.

Verder moet hier worden benadrukt dat in aanraking komen met kunst impact kan hebben op een onbewust niveau. Dit wordt onder meer aangehaald door Belfiore en Bennet (2007) die daarbij melden dat het moeilijk is om dit onbewuste te onderzoeken aangezien vaak gevraagd wordt aan mensen om hun reacties op kunst te verbaliseren. Dit heeft als gevolg dat enkel het bewuste niveau wordt onderzocht wat resulteert in een fragmentarische reconstructie. Het is daarenboven volgens Belfiore en Bennet (2007) erg moeilijk om de esthetische ervaring in woorden uit te drukken.

Een laatste opmerking die hier gemaakt wordt heeft te maken met falsificatie. Tijdens een samenkomst over impact bij Stad Antwerpen waarbij allerlei verschillende diensten aanwezig waren, wees Reinhard Stoop (persoonlijk communicatie, 09/05/2017), hoofd onafhankelijke studiedienst Stad Antwerpen, erop dat het falsificatieprincipe moeilijk vol te houden is bij onderzoek naar impact. In een artikel dat hij schreef samen met Els Verhasselt van Stad Gent wordt het als volgt omschreven:

Een zuiver effect meten lukt zelden in een beleidscontext: beleidsdomeinen hangen aan elkaar, effecten en gevolgen sippelen van de ene beleidsmaatregel over naar de andere en het lokale bestuur is verre van de enige actor in de stad. Maar de analyse van verbanden, van samenhang blijft vaak onderbelicht. Er is genoeg te ontdekken zolang we bij het interpreteren wegblijven van zuivere causaliteit. (Verhasselt en Stoop, 2016, p. 27).

Het is met andere woorden belangrijk om bij de resultaten van dit onderzoek voorzichtig te blijven en te benadrukken dat hier wordt onderzocht waar en hoe impact kàn plaatsvinden, niet waar het sowieso plaatsvindt, of dat de waarnemingen

effectief het gevolg zijn van een actie vanuit LCB. Dit is ook een gevolg van de subjectiviteit van de materie, ervaringen, waarmee gewerkt wordt.

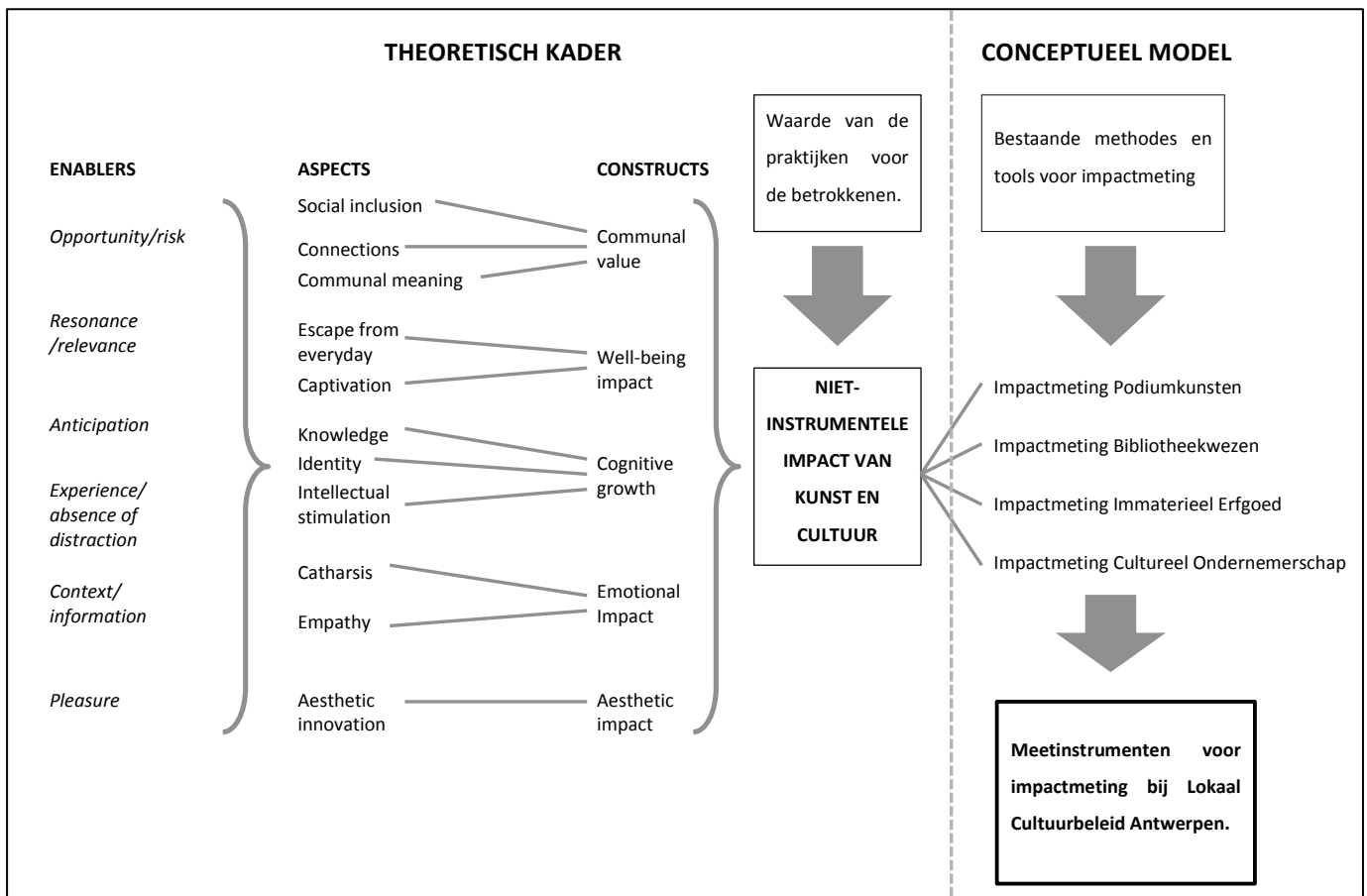
2. ONDERZOEKSOPZET

Het tweede deel van deze thesis staat in het teken van de onderzoeksopzet. In de eerste plaats wordt een conceptueel model gevormd dat vervolgens uitgebreider wordt toegelicht in de operationalisering en de bijhorende operationaliseringstabel, ook de procedure van het onderzoek komt aan bod.

2.1. CONCEPTUEEL MODEL

Hieronder volgt het conceptueel kader van het onderzoek en de toelichting ervan.

2.1.1. Conceptueel kader



Figuur 4: Conceptueel kader

2.1.2. Conceptualisering

In het conceptuele kader hierboven bestaat de niet-instrumentele impact van kunst en cultuur uit twee verschillende onderdelen. Dit naar analogie met de definitie die in het theoretisch kader werd opgesteld. Ter verduidelijking wordt die definitie hier hernomen:

Impact omvat alle positieve en negatieve effecten op lange-, maar ook korte termijn die rechtstreeks of onrechtstreeks, bedoeld of onbedoeld het gevolg zijn van één of meerdere praktijken, die zonder de praktijk(en) niet zouden gebeurd zijn. Impact is verder ook de waarde van die praktijken voor de betrokkenen.

Het eerste deel van die definitie wordt weergegeven door het schema aan de linkerkant. Daarin worden alle effecten weergegeven die in dit onderzoek zullen worden meegenomen. De selectie van deze constructen gebeurde in verschillende stadia. Eerst werd aan de hand van een vergelijkende studie van verschillende secundaire literatuur (Belfiore en Bennet, 2007; Brown & Novak, 2007; Holden, 2004; McCarthy et al., 2004; Radbourne, Glow & Johanson, 2010; Walmsley, 2013 en White & Hede, 2008) een model opgesteld met negen verschillende impactconstructen. De interdisciplinariteit van het gegeven impact dat beschreven werd in het hoofdstuk over Cultural Impact Assessment is daardoor duidelijk. Vervolgens werden enkele constructen achterwege gelaten omdat het onderzoek anders te breed zou zijn. Er bleven vijf constructen voor niet-instrumentele impact over. Het tweede deel van de definitie zegt dat ook de waarde of de betekenis die betrokkenen aan een praktijk geven deel uitmaakt van de impact. Dit los van het feit of er merkbare effecten zijn voor de verschillende constructen uit het eerste deel.

In dit onderzoek wordt naar de oplossing voor een probleem gezocht. Om die reden wordt niet gestart met één methode of tool die de overhand neemt, maar wordt op zoek gegaan naar verschillende mogelijkheden. Verschillende benaderingen van impactmeting en verschillende modellen zullen aan bod komen. Zo worden verschillende specifieke methodes aangewend, namelijk: Alan S. Brow & Associates LLC Impact Survey, Arts Audience Experience Index (AAEI), Arts Audience Experience

Framework (AAEF), Contribution analysis, Explorative casestudy, General Elimination Methodology (GEM), Method for impact Assessment of Programs and Projects (MAPP), Most significant change, Multiple Lines and Levels of Evidence (MLLE), Outcome Harvesting, Outcome Mapping, Participatory Impact Assessment (PIA), Sensemaker, Social Impact Assessment (SIA) en Success case method. De methodes komen in de eerste plaats uit het naslagwerk van Berghmans et al. (2014) die impactmeting bespreken voor de sector van het Sociaal Cultureel Volwassenwerk. Naast dit naslagwerk werden ook het onderzoek van Maas en Liket (2011) en de database van de Sociale Innovatiefabriek geconsulteerd.

De impact van kunst en cultuur zoals hierboven beschreven moet samen met bestaande methodes en tools voor impactmeting, die niet noodzakelijk uit de culturele sector komen, leiden tot een manier om impactmeting bij LCB Antwerpen op een structurele manier aan te pakken. Dit op een meer diepgaand niveau dan de cijfers die op dit moment voorhanden zijn. Om daartoe te komen wordt dit eerst apart voor vier categorieën binnen LCB Antwerpen bekeken. Zoals eerder aangehaald in hoofdstuk 1.5. 'Methodologie' zijn dat: podiumkunsten, bibliotheekwezen, immaterieel cultureel erfgoed en cultureel ondernemerschap. De laatste drie categorieën worden in de bespreking begeleid door een theoretisch uitgewerkte casus. Het gaat om de casussen 'Pop up to Date' van CC Berchem, 'Borgerhout Bewaart' en de 'Jeugdboekenmaand' in Antwerpse bibliotheken.

2.2. OPERATIONALISERING

In dit onderdeel wordt de operationalisering van het onderzoek toegelicht. In de eerste plaats komt de eigenlijke operationalisering aan bod met bijhorende tabel. Daarna volgt ook wat uitleg over de procedure van het onderzoek.

2.2.1. Operationaliseringstabel

De verschillende concepten die in dit onderzoek van belang zijn worden in onderstaande tabel geoperationaliseerd. Het concept, impactmeting voor Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen, wordt in dit onderzoek, zoals reeds vermeld in hoofdstuk

1.5. Methodologie in vier categorieën opgedeeld, namelijk, podiumkunsten, bibliotheekwezen, immaterieel cultureel erfgoed en cultureel ondernemerschap. De impactindicatoren die bij deze metingen belangrijk zijn zijn het resultaat van het theoretisch onderzoek. Namelijk de impactconstructen die niet geheel – of overwegend instrumenteel zijn en de verschillende enablers van impact. Deze moeten allemaal worden meegenomen in de meetsystemen die vorm krijgen door verschillende bestaande methodes en technieken die aangepast en/of aangevuld zullen worden (meer hierover in het volgende hoofdstuk, 2.2.2. Procedure).

Concept	Dimensies	Indicator	Meting
Niet-instrumentele impactmeting binnen LCB Antwerpen (4)	Podiumkunsten (4.1)	Aanwezigheid en	Analyseren en vergelijken
	Bibliotheekwezen (4.2)	bruikbaarheid van de constructen en	van bestaande methodes en technieken, om ze
	Immaterieel	enablers uit het	vervolgens te combineren,
	Cultureel Erfgoed (4.3)	impactmodel (te specificeren per	aan te passen of aan te vullen waar mogelijk (vb.
	Cultureel	categorie) in	Interview, focus-groep,
	Ondernemerschap (4.4)	bestaande methodes en technieken	AAEI, Outcome Mapping, ...)

Tabel 1: Operationaliseringstabel

2.2.2. Procedure

In dit onderdeel volgt een woordje uitleg over de procedure van het onderzoek. Zoals aangehaald in hoofdstuk 1.5. Methodologie gebeurt dit onderzoek aan de hand van ontwerpgericht onderzoek. Het verwerven van kennis is daarbij een belangrijke eerste stap om tot een oplossing te komen (Van Aken en Andriessen, 2011) en vormt bijgevolg de eerste fase in het huidige onderzoek. Die fase wordt opgedeeld in twee onderdelen. In de eerste plaats is er het theoretisch kader waarin aan de hand van vergelijkend literatuuronderzoek een model voor impact naar aard en niveau werd opgesteld. Het tweede onderdeel van de kennisfase bestaat uit het derde hoofdstuk,

daarin wordt namelijk kennis vergaard over het meten van impact an sich, wat er belangrijk is bij het meten en welke methodes en technieken reeds voor handen zijn.

Aangezien ontwerpgericht onderzoek ook gekenmerkt wordt door het veld en zijn problemen (zie eerder bij 1.5. Methodologie) is de praktijk een tweede fase. In dit onderzoek werden vier categorieën van LCB bepaald uit de praktijk waarin het meten van niet-instrumentele impact theoretisch wordt uitgewerkt. Bij drie van de vier gebeurt dit overigens aan de hand van een case-study. In die fase zal onder meer bekeken worden welke constructen uit het opgestelde model van belang zijn voor de verschillende categorieën en worden doelstellingen aan enablers gekoppeld. Welke constructen meer van belang zijn is namelijk afhankelijk van het medium en de context. Catharsis is bijvoorbeeld belangrijk bij een theatervoorstelling, waar ook de oorsprong van die theorie ligt, maar bij een project voor cultureel ondernemerschap kan hier in mindere mate van worden gesproken. Het is dus belangrijk om case-afhankelijk na te gaan welke constructen een rol spelen. De input van de projectcoördinatoren van de behandelde cases wordt in deze selectie meegenomen.

De derde en laatste fase omvat een oplossing. Aan de hand van de cases wordt een meetmethode naar voor geschoven die gebruikt kan worden door LCB Antwerpen, en bij uitbreiding, mits voorzichtigheid en aanpassingen, door het LCB in andere steden en gemeentes of andere domeinen van kunst en cultuurbeleid.

In de tabel op de volgende bladzijde volgt een overzicht van de procedure van dit onderzoek.

Stap	Onderzoek	Vragen	Fase
Voorgaand onderzoek, theoretisch kader: Wat is impact? (1)	Literatuuronderzoek	Wat is impact, wat zijn de verschillende constructen en enablers?	Kennis
In kaart brengen bestaande methodes en technieken voor impactmeting (3)	Literatuuronderzoek	Welke methodes en technieken om impact te meten bestaan al?	Kennis
Selectie impact-constructen verschillende cases (4)	Case-study: samen met coördinatoren constructen per case bepalen	Welke constructen en enablers zijn belangrijk voor de behandelde cases?	Praktijk
Selectie meetmethodes verschillende cases (4)	Case-study: vereisten voor meetmethodes bepalen a.d.h.v. voorgaand literatuuronderzoek en input coördinatoren.	Welke bestaande methodes en technieken kunnen gebruikt worden om de geselecteerde constructen en enablers te meten?	Praktijk
Aanpassen meetmethodes aan cases (4)	Case-study: Geselecteerde meetmethodes aanpassen en combineren per case	Waar moeten de methodes aangepast en/of aangevuld worden om alle geselecteerde constructen en enablers te coveren?	Praktijk
Structurele meetmethode extraheren (5)	Oplossingsgericht: uit verschillende vakgebieden (en cases) één methode extraheren	Kan uit de verschillende cases één methode (bv stappenplan of instructie) worden opgesteld om impactmeting in de toekomst op een structurele manier op te stellen.	Oplossing

Tabel 2: Procedure onderzoek

3. METEN VAN IMPACT

“The art of evaluation lies in ensuring that the measurable does not drive out the immeasurable.”
The Audit Commission (quoted in Matarasso 1996, p.1)

Het derde hoofdstuk van deze thesis behandelt het meten van impact, problemen of bedenkingen waar rekening mee moet gehouden worden wanneer impact van LCB wordt onderzocht. Vooraleer die bedenkingen zelf aan bod komen vangt het hoofdstuk aan met de waarden van LCB Antwerpen. De doelstellingen en de visie en missie van LCB Antwerpen worden daarbij besproken. De eerste bedenking die daarna wordt beschreven heeft te maken met de zogenaamde ‘onmeetbaarheid’ van sommige impactfactoren. De spanning tussen kwantitatieve en kwalitatieve benaderingen is daarbij belangrijk. Verder komen het belang van het (consulteren van) het publiek en het belang van verschillende meetmomenten aan bod. Het hoofdstuk sluit af met een overzicht van bestaande relevante technieken en methodes voor impactmeting.

3.1. WAARDEN LCB ANTWERPEN

In het eerste deel van dit hoofdstuk worden de waarden van LCB Antwerpen toegelicht aan de hand van de gedefinieerde doelstellingen vanuit Stad Antwerpen (2017) en de visie van LCB Antwerpen (2015).

3.1.1. Doelstellingen

De doelstellingen voor LCB Antwerpen worden vanuit Stad Antwerpen geformuleerd. Deze doelstellingen passen in het overkoepelende doel van Stad Antwerpen om een bruisende stad te zijn (Stad Antwerpen, 2017). Binnen dat overkoepelende doel worden zeven doelstellingen geformuleerd die voornamelijk de verantwoordelijkheid zijn van het departement cultuur, jeugd, sport en media maar ook van stadsontwikkeling en -marketing. De eerste doelstelling is die voor LCB Antwerpen en klinkt:

“Iedereen vindt in Antwerpen een veelzijdig lokaal cultuuraanbod en het forum om zichzelf te ontplooien” (Stad Antwerpen, 2017). Om deze doelstelling te bewerkstelligen worden drie verschillende ‘actieplannen’ opgesteld:

1. Het sociocultureel aanbod is veelzijdig, kwaliteitsvol, stedelijk relevant en lokaal verankerd.
2. De socioculturele infrastructuur is uitnodigend en optimaal toegankelijk.
3. Een coördinerend duurzaam cultuurbeleid zorgt voor meer samenwerking, participatie en ontmoeting. (Stad Antwerpen, 2017)

Het tweede plan gaat voornamelijk over de infrastructuur van de culturele instellingen van de stad en is minder relevant voor deze thesis. Wel is het mogelijk om dit aan een aantal enablers te koppelen. Toegankelijkheid komt namelijk terug in de eerste enabler ‘opportunity/risk’. Toegankelijkheid verlaagt namelijk enkele risico’s en werkt dus drempelverlagend. Het uitnodigende aspect in dit actieplan kan dan weer gelinkt worden aan de enabler ‘experience’. Bij die enabler was namelijk sprake over de invloed van de omgeving. Het derde plan gaat over de interne communicatie en samenwerking binnen de stad en tussen de districten. Ook dit actieplan is minder relevant voor deze thesis, daar de nadruk in het huidige onderzoek op niet-instrumentele impact van evenementen van LCB op de deelnemers ligt.

Het eerste actieplan is meer relevant. Dit plan bestaat uit acht verschillende acties die hieronder worden opgelijst:

1. Het informatie- en cultuuraanbod van de openbare bibliotheken en cultuur- en ontmoetingscentra is actueel, innoverend, divers en vraaggericht.
2. Het sociocultureel aanbod in de districten is lokaal verankerd.
3. Het informatie- en cultuuraanbod is inspirerend, begrijpelijk en bereikbaar voor iedereen.
4. We voeren een actuele, wervende en duurzame cultuurcommunicatie.
5. Het informatie- en cultuuraanbod is optimaal klantvriendelijk georganiseerd.
6. Cultuurmakers en socioculturele verenigingen worden gestimuleerd en ondersteund om mee te bouwen aan de stad als dynamisch cultuurforum.
7. Moeilijk te bereiken doelgroepen krijgen voldoende informatie- en cultuuraanbod op maat.

8. Kinderen, tieners, jongeren en hun begeleiders krijgen voldoende informatie- en cultuuraanbod op maat. (Stad Antwerpen, 2017)

3.1.2. Visie en Missie

LCB Antwerpen stelde in 2015 een nieuwe visienota op om in te spelen op de snel veranderende samenleving (LCB Antwerpen, 2015). Waar de collectie en voorstellingen vroeger een eindproduct waren die voor de klant werden ingericht verschuift het paradigma nu naar samenwerken met de klant als expert. De collectie en de voorstellingen dienen hierbij als grondstof, niet als eindproduct. LCB Antwerpen wil betekenisvol en inspirerend zijn en een creatieve omgeving aanbieden. Er wordt met andere woorden geëvolueerd naar een nieuwe basisfunctie voor LCB:

Het is niet meer de collectie en de programmatie die de waarde bepalen, maar de ZIN dat dit alles heeft. We ontwikkelen wijsheid, ontplooiing en ontspanning en zetten daarvoor ruimte, middelen (o.a. collectie en programmatie) en mensen in. (LCB Antwerpen, 2015).

Dat leidde tot de doelstelling: *“Iedereen vindt in Antwerpen een veelzijdig lokaal cultuuraanbod en het forum om zichzelf te ontplooien.”* (LCB Antwerpen, 2015; p. 4). Daar voegen ze nog aan toe dat de focus op de klanten/gebruikers/participanten ligt. De focus op de klant blijkt ook uit een aantal van de acht acties die hierboven werden aangehaald. Het vraaggericht cultuuraanbod in de eerste actie, een cultuuraanbod op maat in de laatste twee acties en de nadruk op klantvriendelijkheid in actie nummer vijf. Klantenintimiteit is bijgevolg een belangrijk aspect van de werking van LCB Antwerpen. Klantenintimiteit komt uit het Value Discipline Model van Treacy en Wiersema (1993). In dat waardemodel komen naast ‘customer intimacy’ nog twee andere waardedisciplines aan bod: ‘product leadership’ en ‘operational excellence’. Het model gaat over de positie die een bedrijf of organisatie inneemt om zichzelf van anderen te onderscheiden wat betreft het creëren van waarde. Bij ‘product leadership’ wordt getracht het beste of nieuwste product te maken, ‘operational excellence’ gaat dan weer over het aanbieden van betrouwbare producten aan competitieve prijzen, die gemakkelijk beschikbaar zijn (Treacy en Wiersema, 1993). Bij klantenintimiteit zijn segmentatie en targetting van belang om de vraag van het beoogde publiek zo dicht

mogelijk te kunnen benaderen. Gedetailleerde kennis is nodig om zo flexibel mogelijk op de veranderende vraag van de klant te kunnen inspelen (Treacy en Wiersema, 1993). Boorsma meldt verder dat *“klantwaardemanagement de beste manier is om duurzame relaties met het publiek op te bouwen en de langetermijndoelstellingen van de organisatie te realiseren.”* (2007, p.131). Het is ook in deze opzichten dat het huidige onderzoek van belang is. Gedetailleerde kennis over de niet-instrumentele impact die de praktijken van LCB Antwerpen hebben op de individuele bezoeker en de gemeenschap, namelijk de klanten/gebruikers/participanten en duurzame relaties met deze. In de visienota worden verder vijf waarden vooropgesteld: kwaliteit, passie, samenwerken, creativiteit/innovatie en gelijke kansen.

3.2. MEASURING THE IMMEASURABLE

Het probleem dat aan de basis ligt van het huidige onderzoek, dat de huidige manier van impact meten niet voldoende veelzeggend is, is een probleem dat zich afspeelt binnen het debat tussen kwantitatieve en kwalitatieve meetmethodes. In de huidige manier van impact meten worden enkel beschikbare kwantitatieve metingen meegenomen. Het gaat dan in de eerste plaats om bezoekerscijfers en ander cijfermateriaal. Sinds enige tijd wordt echter de nood ervaren om een meer diepgaande impactmeting uit te voeren. Om na te gaan welke impact de evenementen van LCB Antwerpen écht hebben. Welke invloed ze hebben op de mensen die ze bereiken en op de maatschappij, niet louter hoeveel mensen uit die maatschappij ze bereiken. In dit onderzoek wordt gekozen om de niet-instrumentele impact van kunst en cultuur te onderzoeken. Deze werd opgedeeld in vijf verschillende impact-constructen, namelijk ‘communal value’, ‘cognitive growth’, ‘emotional impact’, ‘aesthetic impact’ en ‘well-being’. Het is echter geen sinecure om bijvoorbeeld de emotionele impact of de mate van captivatie van een theatervoorstelling te meten. Dit zijn zaken die zich niet logisch lenen voor een kwantitatieve benadering. Daardoor worden ze door aanhangers van deze benadering vaak als onmeetbaar beschouwd. Dat wil echter niet zeggen dat ze uit gemakzucht zomaar over boord mogen worden gegooid. Om het met de woorden van de The Audit Commission te zeggen, het is niet

de bedoeling dat het duidelijk meetbare, zoals bezoekcijfers, het op het eerste zicht onmeetbare verdrijft (The Audit Commission, quoted in Matarasso, 1996). Gielen et al. (2014) linken dit probleem aan het tegenwoordig modieuze 'evidence-based' beleid, beleid gericht op harde bewijzen:

Op zich is er niets mis met het proberen te meten van cultuurmaatregelen die een overheid neemt; het wordt pas problematisch wanneer een overheid alleen nog maar maatregelen gaat nemen waarvan men op voorhand weet of wenst dat ze meetbaar zijn. Zeker in tijden van crisis zijn zowel politici als ambtenaren geneigd om bij hun uitgaven zo weinig mogelijk risico's te nemen. De eis van de meetbaarheid speelt daarom een toenemende rol in beleidsvoorbereiding en -ontwikkeling. De cirkel van het evidence-based beleid sluit immers af met de terugkoppeling van beleidsevaluatie naar -voorbereiding (p.30)

Ook Ben Walmsley (2016) haalt problemen voor een dergelijk beleid aan. In het politieke debat, zo haalt hij aan, heerst namelijk een hardnekkige opvatting dat kwalitatieve data ondergeschikt is aan kwantitatieve data, die als het enige geschikte bewijs gezien worden om impact te meten van kunst en cultuur. Wanneer beslissingen voor overheidsfinanciering echter meetbare resultaten verkiezen boven waardevolle uitkomsten, riskeert cultuurbeleid in de beperkingen van instrumentaliteit te vallen.

Hard wetenschappelijk bewijs is in onze cultuur gebruikelijk, daardoor heeft de cultuursector met een nadruk op immateriële waarden het moeilijk. Het is volgens Pascal Gielen en collega's (2014) echter de vraag of effecten van cultuur altijd veralgemeenbaar moeten en kunnen zijn:

Processen van socialisering, kwalificering en vooral subjectivering zijn immers hoogst complex en leiden vaak tot unieke, weinig veralgemeenbare effecten. Een van de belangrijkste functies van cultuur is juist die uniciteit of singulariteit genereren. En, het is juist deze uniciteit die zich moeilijk laat kwantificeren of meten. (p. 90)

De voorkeur lijkt dus uit te gaan voor kwalitatieve meetmethodes. Dit wordt ook benadrukt door Brown en Novak (2007), zij verklaren namelijk dat er anekdotisch bewijsmateriaal in overvloed is. Gelaatsuitdrukkingen, lichaamstaal en hoorbare reacties zijn stuk voor stuk voorbeelden van impact die door een publiek wordt gecommuniceerd op het moment dat de impact zich voordoet. Stilte tijdens een

concert, ogenblikken van gedeelde emotie tijdens een theaterstuk, of het rumoer na een optreden in de lobby zijn volgens hen onmiskenbaar bewijs voor die intrinsieke impact. Kwalitatief onderzoek kan dus veel inzicht bieden in de verschillende soorten waarden die het publiek beleeft (Gielen et al., 2014).

Dit wil echter niet zeggen dat kwantitatieve data niet bruikbaar of slecht zouden zijn. Kwantitatieve methodes hebben zich al eerder geleend om bepaalde niveaus van impact of betrokkenheid te onderzoeken maar zijn er niet noodzakelijk in geslaagd om de factoren die aan die betrokkenheid bijdragen aan te duiden (Johanson, 2013). Eerder moeten beide benaderingen gecombineerd worden. Kwalitatief onderzoek heeft namelijk ook zijn beperkingen. Zo zijn er nog veel vragen over de betrouwbaarheid ervan en is het moeilijk om de epistemologische breuk tussen waargenomen en eigenlijke ervaring te sluiten (Walsmley, 2016). Dit om verschillende redenen, in de eerste plaats gaat het vaak over onbewuste effecten (zoals eerder in het hoofdstuk 1.6. Ethiek werd aangehaald), ten tweede vinden de cognitieve processen plaats op het moment van het kunst- of cultuurgebeuren en wordt er in onderzoek vaak achteraf op teruggeblikt (Walsmley, 2016). Een ander nadeel aan kwalitatieve methoden is dat ze vaak technieken gebruiken die gebaseerd zijn op praten, waardoor meer gearticuleerde mensen beter vertegenwoordigd worden in het onderzoek (Johanson, 2013).

Beide benaderingen hebben dus voor- en nadelen. Een combinatie van verschillende technieken zou met andere woorden de meest voor de hand liggende oplossing kunnen zijn. Walsmley (2016) haalt daarenboven aan dat er voor zowel de intrinsieke als de instrumentele waarden die het publiek aan de kunstervaring linken een groeiend aanbod is aan kwalitatief en kwantitatief bewijs. Ook Gielen et al. (2014) halen aan dat bewijs niet alleen gevonden moet worden in keiharde cijfers maar ook in het narratieve, dat bewijs dus moet gezocht worden in een combinatie hiervan. Berghmans et al. (2014) verklaren ook dat een mixed-methodsbenadering, die zowel kwalitatieve en kwantitatieve methodes gebruikt, de voorkeur draagt, zeker wanneer het een impactevaluatie van een complex programma betreft. *“The challenge for the researcher of the audience experience is perhaps not to select the most appropriate*

technique, but to identify an appropriate combination of techniques.” (Johanson, 2013, p.170).

3.3. ROL VAN HET PUBLIEK

De ontevredenheid vanwege verschillende onderzoekers over de gangbare kwantitatieve meetmethodes uit zich ook op een andere manier. Gielen et al. (2014) halen aan dat de kwaliteit van de kunsten vooral wordt geëvalueerd vanuit het perspectief van de makers of vanuit extrinsieke uitkomsten zoals impact. Freshwater (2009; quoted in Johanson, 2013) meent bijvoorbeeld dat theaterwetenschappers harde stellingen maken over de unieke invloed en impact dat theater heeft, zonder hiervoor bewijs te verzamelen die deze beweringen zou kunnen ondersteunen. Het perspectief van enkel makers en wetenschappers maakt het onmogelijk om over bewijs voor de effecten van cultuurbeleid op de deelnemers te spreken. Brown en Novak spreken in dat opzicht zelfs over de ware impact, dat is volgens hen wat met een individuele bezoeker gebeurt eens het kunstgebeuren van start gaat, en de cumulatieve voordelen voor alle individuen, families en gemeenschappen door het jaar in jaar uit beschikbaar zijn van die ervaringen. Walmsley (2013) spreekt verder over een tekort aan inzicht over de impact van theater op het publiek, wat bijgevolg de insteek van zijn onderzoek wordt.

Het systeem waarmee succes van artiesten en organisaties wordt gemeten moet dus worden herzien. Volgens White en Hede (2010) is er sinds 2003 sprake van een nieuw onderzoekkader binnen studies naar impact van kunst en cultuur waarin de suggestie om impact van kunst te onderzoeken vanuit het perspectief van het individu meer en meer naar boven komt. Het perspectief van het individu zou namelijk relevante informatie bieden voor cultuurbeleid en de sociale en persoonlijke gevolgen van betrokkenheid in kunst verantwoorden. Ook Radbourne, Glow en Johanson (2013) vinden dat niet vraag-gestuurde data (zoals ticketverkoop of bezoekersaantallen) moet worden onderzocht om het succes of falen van een organisatie aan te tonen maar eerder hoe het publiek geëngageerd is met het gebeuren. Wanneer verder wordt gekeken dan die vraag-gestuurde data kan worden nagegaan hoe het beleven van

kunst of cultuur betrekking heeft tot de intrinsieke voordelen. Dat kan een gedetailleerde kennis opleveren van de manier waarop kunst het leven van diegenen die eraan deelnemen beïnvloedt (Radbourne, Glow en Johanson, 2013). Daarenboven halen Gielen et al. (2014) aan dat intrinsieke waarden het meest nauwkeurig op basis van publieksonderzoek kunnen worden vastgesteld.

Het is met andere woorden belangrijk om bij het onderzoeken van niet-instrumentele impact bij kunst en cultuur om de bezoeker of het publiek te bevragen. De betekenis of waarde van cultuurbeleving voor een publiek wordt best aan het publiek zelf bevestigd. Het is namelijk niet mogelijk om andere mensen hun ervaringen volledig van buitenaf te bestuderen. Belfiore en Bennet (2007) halen in dit opzicht de ervaringsmachine van Robert Nozick aan:

American philosopher Robert Nozick (1968, p. 42ff) maintains that unless we were to build and use 'an experience machine' that could recreate other people's perceptions for us, the possibility of imagining how people's experiences feel 'from the inside' remains irrevocably utopian. (p.242)

3.4. BELANG VAN VERSCHILLENDE METINGEN

Impact werd aan het begin van deze thesis onder meer gedefinieerd als een verzameling van effecten die het gevolg zijn van bepaalde praktijken. Aangezien impactmeting dus over het vastpinnen van die effecten gaat, is het belangrijk om verschillende meetmomenten in te lassen. Om effecten van een praktijk te bewijzen is namelijk een nulmeting nodig. Zuivere causaliteit tussen de praktijk en de effecten of gevolgen is, zoals aangehaald werd in het hoofdstuk rond ethiek (1.6. Ethiek), hoe dan ook moeilijk om hard te maken. Zonder een nulmeting is dit nog heel wat moeilijker. Hoe kan je immers bewijzen dat mensen na het bekijken van een voorstelling bijvoorbeeld meer lezen als je enkel data verzamelt na afloop van de voorstelling?

Verschiedende bestaande tools om impact in kaart te brengen vertrekken ook van deze assumptie. Niall O'Doherety (persoonlijke communicatie, 19/04/2017) licht bijvoorbeeld toe dat dat een belangrijk vertrekpunt is van de Evid Impact Tracker, een tool voor impact die vooral gebruikt wordt in tewerkstelling en jobtevredenheid. Je

kan pas nagaan of er sprake is van vooruitgang wanneer op verschillende momenten wordt gemeten.

Het belang van een nulmeting kwam verder ook naar boven op een verkennende vergadering over het meten van impact aan de hand van de ImpactWizard van de Sociale Innovatiefabriek. Op die vergadering zaten mensen van allerlei diensten van de stad samen om het over het meten van impact te hebben. Het belang van een nulmeting kwam naar boven en werd bevestigd door Iris Verhoeyen (persoonlijke communicatie, 09/05/2017) van de Sociale Innovatiefabriek. Dit werd overigens gelinkt met de Theory of Change (ToC) waarop de tool gebaseerd is. ToC is een methode waarbij gereflecteerd wordt over de doelstellingen die op lange termijn behaald moeten worden. Van die langetermijndoelstelling wordt dan stap voor stap teruggewerkt en nagedacht welke stap genomen moet worden om dit te bereiken. ToC is met andere woorden een denkproces dat doorlopen wordt om een plan op te stellen. De verkregen veranderingstheorie kan vervolgens bevestigd worden wanneer de voorspelde uitkomsten en de eigenlijke uitkomsten samenvallen. (Taplin, Clark, Collins & Colby; 2013). Bij het gebruik van de ImpactWizard moet in de eerste plaats een zogenaamde veranderingstheorie worden opgesteld. Doelstellingen op korte, middellange en lange termijn moeten worden geformuleerd zodat aan de hand van verschillende methodes en technieken kan worden nagegaan of deze zijn behaald (I. Verhoeyen, persoonlijke communicatie, 09/05/2017). Het woord verandering impliceert dat de situatie voor en de situatie na de praktijk anders zijn. Het moet dus mogelijk zijn om beide situaties te vergelijken om de verkregen verandering in kaart te brengen.

3.5. BESTAANDE TECHNIEKEN EN METHODES

Er zijn reeds allerlei methoden, technieken en tools beschikbaar die impact meten. Het is echter niet zo dat deze allemaal kunnen gebruikt worden voor de kunst- en cultuursector. In dit hoofdstuk wordt nagegaan welke bestaande modellen en technieken gebruikt kunnen worden voor LCB, daarbij zal terug worden gekoppeld naar het impactmodel aan het begin van deze thesis. Alle mogelijk impactmodellen in

de wereld bekijken is echter niet mogelijk gezien het tijds kader en de omvang van het huidige onderzoek, dat zou daarenboven heel wat overbodig materiaal met zich meebrengen. Een impactmodel dat enkel de ecologische impact nagaat is bijvoorbeeld niet van toepassing in dit onderzoek. Daarom wordt hier vertrokken van verschillende informatiebronnen die verschillende methodes of modellen om impact te meten bundelen, namelijk: Berghmans et al. (2014), Maas en Liket (2011) en de Sociale Innovatiefabriek (2017). Dit wordt aangevuld met methodes uit de literatuur die aan de basis lag van het theoretisch kader.

3.5.1 Technieken

Vooraleer de methodes worden toegelicht volgt eerst een stuk over verschillende technieken die bij de methodes aan bod komen.

3.5.1.1. Deep feedback

Deep feedback is eerder een verzameling van technieken die gebruikt kunnen worden. Het gaat om het verzamelen van feedback vanwege de betrokkenen. Volgens Radbourne, Glow en Johanson (2010) kan feedback verzameld worden uit blogs, semigestructureerd telefonische interviews, focusgroepen, speciale events (zoals een jaarlijks diner met de dramaturg van een theater), een comité van betrokkenen, ... Bij deep feedback is het de bedoeling om verschillende vormen te combineren zodat elke laag op de vorige kan verder bouwen (Radbourne, Glow en Johanson, 2010). Johanson (2013) wijst echter op het feit dat bij deze methode een bias in de dataverzameling kan ontstaan doordat hier geen random sample wordt gebruikt.

3.5.1.2. Documentanalyse

Bij de techniek van documentanalyse worden bestaande documenten geanalyseerd. Er wordt dus geen nieuw materiaal gecreëerd. Het kan gaan over documenten over de activiteiten, diensten en de organisatie maar ook om historische of statistische informatie van de organisatie. Het kan dus zowel gebruikt worden voor kwantitatieve en kwalitatieve data. Het is een toegankelijke techniek die afhankelijk van de hoeveelheid data tijdrovend kan zijn. De techniek wordt echter best gecombineerd

met andere technieken of methodes, aangezien niet alle informatie reeds beschikbaar of te consulteren is (Sociale Innovatiefabriek, 2017).

3.5.1.3. Focusgroepen en interview

Een focusgroep is een kleine groep van mensen die onder de begeleiding van een gespreksleider een geplande discussie voeren. Het kan in principe beschouwd worden als een groepsinterview. Een interview kan ook afgenomen worden van een individu. Bij beide technieken geldt dat doordat de gespreksleider in rechtstreeks contact staat met de deelnemers en de mogelijkheid heeft om bijvragen te stellen, uitgebreide kwalitatieve data wordt verkregen. Daarenboven geeft de non-verbale interactie tussen de deelnemers extra informatie. Nadelen aan deze techniek zijn het tijdrovende aspect en het feit dat de gespreksbegeleider de resultaten (onbewust) subjectief kan beïnvloeden (Sociale Innovatiefabriek, 2017).

3.5.1.4. Observatie

De techniek observatie bestaat grofweg uit het observeren van mensen, rechtstreeks of via beeldmateriaal. Ook bij deze techniek geldt het probleem van de subjectiviteit, de observator kan namelijk niet steeds objectief zijn (Sociale Innovatiefabriek, 2017). Een voordeel van deze techniek in vergelijking met andere is volgens Johanson (2013) dat er gebruik gemaakt wordt van non-verbale gegevens. Zo worden de gegevens niet gelimiteerd tot datgene wat verbaal kan worden uitgedrukt, en zo wordt er van zowel spraakzame als minder spraakzame participanten veel informatie vergaard.

3.5.1.5. Storytelling

De techniek van storytelling dient om schriftelijke en mondelinge verhalen te verzamelen. Dit resulteert in kwalitatieve data over de impact. Het is een toegankelijke methode die onderzoekers in staat stelt patronen te herkennen over verschillende verhalen heen, daarvoor zijn echter wel veel verhalen nodig. Verder is dit een techniek waarbij de interpretatie van de onderzoeker een rol speelt, waardoor de resultaten subjectief zijn.

3.5.1.6. Survey

Een survey, oftewel vragenlijst, is een reeks vragen die door een bepaalde groep individueel worden beantwoord. Het kan gaan om open of gesloten vragen, er kan dus zowel kwalitatieve als kwantitatieve data mee worden verzameld. Vaak worden in een vragenlijst ook feitelijke gegevens (geslacht, leeftijd, ...) meegenomen. Het is een gemakkelijke manier om data te verzamelen en te beheren. Een goede vragenlijst opstellen vergt echter tijd en reflectie (Sociale Innovatiefabriek, 2017).

3.5.2. Methodes

Het vertrekpunt van het overzicht van methodes is het boek van Berghmans et al. (2014): *Peilen naar de impact van sociaal-culturele praktijken*. In dat werk worden negentien methodes aangewend die elk een matrix krijgen waar de kenmerken van de methode op worden verduidelijkt. Om methodes te selecteren voor dit onderzoek wordt op twee kenmerken gelet. Het eerste kenmerk is het tijds kader, daarin wordt door Berghmans et al (2014) het onderscheid gemaakt tussen eenmalige dataverzameling, meerdere keren en continue. Aangezien hierboven reeds het belang van verschillende metingen werd toegelicht worden de methodes die slechts eenmalig meten uitgesloten van het huidige onderzoek. Ten tweede wordt gelet op het type van de informatie, elke methode krijgt daar namelijk een score op een schaal van één tot negen, waarbij één helemaal kwantitatief en negen helemaal kwalitatief is. In dit onderzoek worden methodes die drie of lager scores uitgesloten omdat deze te kwantitatief zijn voor het huidige onderzoek. Dit in navolging van de argumentatie in hoofdstuk 3.2 Measuring the immeasurable. Op deze manier worden acht methodes overgehouden, namelijk: Most significant change, Method for impact Assessment of Programs and Projects (MAPP), Sensemaker, General Elimination Methodology (GEM), Outcome Harvesting, Outcome Mapping, Contribution analysis en Multiple Lines and Levels of Evidence (MLLE).

De tweede informatiebron is het hoofdstuk '*Social Impact Measurement: Classification of Methods*', door Karen Maas en Kellie Liket (2011). Maas en Liket lijsten dertig methodes op die kunnen helpen bij het meten van impact. Ze halen echter aan dat slechts acht van de dertig methodes daadwerkelijk impact meten. In dit onderzoek

wordt van deze acht methodes vertrokken. Uit die acht methodes worden te kwantitatieve methodes opnieuw gefilterd. Vier methodes blijven over: Ongoing Assessment of Social Impacts (OASIS), Participatory Impact Assessment (PIA), Poverty Social Impact Assessment (PSIA) en Social Impact Assessment (SIA). OASIS gaat echter volledig over tewerkstelling en PSIA over de invloed van beleidshervormingen op arme en kwetsbare bevolkingsgroepen (Clark, Rosenzweig, Long en Olsen, 2004) en zijn niet relevant voor het huidige onderzoek, ze werden er dan ook buiten gelaten.

De volgende bron van informatie is de databank van de ImpactWizard van de Sociale Innovatiefabriek (2017). Opnieuw werden de methodes die enkel kwantitatief werken uitgesloten. Van de overige methodes of modellen kwamen er twee niet eerder voor bij Berghmans et al. (2014) of Maas en Liket (2011). Het gaat over Explorative casestudy en Success case method.

Ten slotte worden deze methodes aangevuld met drie methodes die vergeleken worden in het artikel van Au, Ho en Chan (2017). Daarin worden ook twee methodes meegenomen die behandeld werden in het theoretisch kader van deze thesis. Radbourne, Glow en Johanson (2010) stelden namelijk een Arts Audience Experience Index (AAEI) op die hier zal worden meegenomen net als de Alan S. Brow & Associates LLC Impact Survey uit Brown en Novak (2007). Verder wordt ook de methode van Independent Theatre Council (ITC), The Society of London Theatre en Theatrical Management Association (2005) meegenomen. Dat brengt het totaal op vijftien methodes, deze worden hieronder één voor één toegelicht.

3.5.2.1. Alan S. Brow & Associates LLC Impact Survey.

De impact survey die Brown en Novak (2007) opstelden onderzoekt de intrinsieke impact van een live performance en bestaat uit twee verschillende delen. Het eerste deel moet worden ingevuld voor het gebeuren, het tweede deel achteraf, ten laatste 24 uur na het gebeuren. Brown en Novak (2007) vertrekken in hun onderzoek van twee verschillende soorten constructen, 'readiness-to-receive' constructen enerzijds en impactconstructen anderzijds. Er zijn drie verschillende 'readiness-to-receive' constructen, die in dit onderzoek alle drie werden overgenomen onder de enablers. Het gaat om context, 'relevance' en 'anticipation'. Brown en Novak (2007) stelden

daarnaast zes impactconstructen op. 'Captivation' werd in het huidige onderzoek ingebed in het 'well-being' construct, 'intellectual stimulation' bij 'cognitive growth'. 'Emotional resonance' bij Brown en Novak (2007) komt grofweg overeen met de emotionele impact hier, 'aesthetic growth' is ook ongeveer hetzelfde als de esthetische impact. 'Social bonding' bij Brown en Novak (2007) werd geïmplementeerd in het 'communal value' construct. Het laatste construct van deze onderzoekers, 'spiritual value' (vragen dertien tot zestien van deel twee) werd in dit onderzoek niet meegenomen. Dat wil zeggen dat elk van de gekozen constructen voor dit onderzoek op zijn minst gedeeltelijk wordt toegepast door Brown en Novak (2007), alsook enkele van de enablers.

De vragen uit de survey (de volledige vragenlijst kan geconsulteerd worden in de eerste bijlage) bestaan telkens uit een Likertschaal van vijf punten of uit meerkeuze-opties. De vragen met Likertschalen kwantificeren de data dus tot op bepaalde hoogte waardoor ze gemakkelijker te verwerken zijn. Ook algemene informatie over de participanten wordt verzameld (geslacht, opleidingsgraad, beroep, inkomen, etnische informatie). Bij het bekijken van de vragen uit het eerste deel, dat vooral naar de 'readiness-to-receive' constructen vraagt valt op dat ook enkele van de andere enablers uit het huidige onderzoek aan vragen gekoppeld kunnen worden. In de tabel op de volgende bladzijde wordt elke vraag om die reden toegewezen aan een enabler of construct uit het huidige onderzoek. Dit voor zowel het eerste als het tweede deel.

Alan S. Brown & Associates LLC Impact Survey			
PART 1			
1	Resonance/relevance	11	Anticipation
2	Resonance/relevance	12	Opportunity/risk
3	Resonance/relevance	13	Opportunity/risk
4	Resonance/relevance	14	Opportunity/risk
5	Context/information	15	Experience
6	Resonance/relevance	16	Experience
7	Context/information	17	Anticipation & Expectation of impact*
8	Context/information	18	Experience
9	Resonance/relevance	19	Anticipation
10	Resonance/relevance	20	Anticipation
PART 2			
1	Well being	21	Communal value
2	Well being	22	Communal value
3	Cognitive growth	23	Cognitive growth
4	Cognitive growth	24	Cognitive growth
5	Cognitive growth	25	Experience
6	Cognitive growth	26	Waarde betrokkenen**
7	Cognitive growth	27	Information
8	Communal value	28	Information
9	Emotional impact	29	Information
10	Emotional Impact	30	Resonance/relevance
11	Emotional impact	31	Waarde betrokkenen
12	Emotional Impact	32	Waarde betrokkenen
16	Aesthetic impact	33	Pleasure
17	Aesthetic impact	34	Opportunity/risk
18	Aesthetic impact	35	Opportunity/risk
19	Aesthetic impact	36	Waarde betrokkenen
20	Aesthetic impact		

* Meerkeuze vraag naar de verwachtingen, construct afhankelijk van antwoord.

** Slaat terug op de waarde die betrokkenen uit het conceptueel model.

Tabel 3: Toewijzing enablers en constructen Alan S. Brown & Associates LLC Impact Survey

3.5.2.2. Arts Audience Experience Index (AAEI).

De AAEI werd opgesteld door Radbourne, Glow en Johanson (2010). Het is een tool om data van het publiek van podiumkunsten te verzamelen over de intrinsieke voordelen van hun ervaring van een opvoering. Het zou volgens de onderzoekers zelf de eerste tool zijn om engagement van een publiek met de opvoering en de uitvoerders te meten (Radbourne, Glow en Johanson, 2010). De index is gebaseerd op vier verschillende kwaliteitsindicatoren: 'knowledge or learning', 'risk management', 'authenticity' en 'collective engagement'. De index kan op twee verschillende manieren gebruikt worden. Een eerste mogelijkheid is om met een focusgroep of andere vormen van deep feedback te werken. De tweede optie is het afnemen van een survey met dezelfde vragen. De volledige vragenlijst bevindt zich in bijlage twee.

De gehele vragenlijst die Radbourne, Glow en Johanson (2010) opstelden om de index te bekomen bestaat uit drie groepen van acht stellingen. De eerste groep gaat volgens de onderzoekers vooral over de context van de participanten, de tweede groep zijn stellingen van belang en de laatste groep stellingen van akkoord. Aan de stellingen is telkens de vraag gekoppeld in welke mate de participanten ermee akkoord gaan of welk belang aan de stelling wordt gehecht. Dit wordt, net als in de vorige methode, gedaan aan de hand van een Likertschaal van vijf punten. Hierdoor wordt de data dus opnieuw tot op bepaalde hoogte gekwantificeerd. Wanneer deep feedback methodes gebruikt worden moet de onderzoeker zelf de score aan de stelling toewijzen, bij een survey doet de participant dit. Aan de hand van alle scores wordt dan een algemene score op de AAEI berekend op twintig punten die de kwaliteit van de publiekservaring uitdrukt. Hoe hoger deze score hoe kwalitatiever de ervaring.

Net als bij de vorige methode zal voor elke vraag een impactconstruct of enabler worden toegewezen in de tabel op de volgende pagina. Daaruit blijkt dat vooral wordt ingezet op enablers, deze komen namelijk allemaal (gedeeltelijk) voor in de stellingen van Radbourne, Glow en Johanson (2010). Bij de impactconstructen is dit niet het geval. Slechts drie van de vijf constructen komen voor. 'Cognitive growth' en 'emotional impact' komen daarenboven elk bij slechts één van de 24 vragen voor. Enkel 'communal value' komt enkele keren aan bod.

AAEI			
GROEP 1			
1	Resonance/relevance	5	Resonance/relevance
2	Resonance/relevance	6	Anticipation
3	Resonance/relevance	7	Anticipation
4	Resonance/relevance	8	Anticipation
GROEP 2			
1	Context/information	5	Experience
2	Opportunity/risk & Resonance/relevance	6	Context
3	Opportunity/risk	7	Information
4	Communal value	8	Communal value
GROEP 3			
1	Opportunity/risk	5	Emotional impact
2	Opportunity/risk	6	Experience & Opportunity/risk
3	Context/information	7	Cognitive growth
4	Context/information & Pleasure	8	Communal value

Tabel 4: Toewijzing constructen AAEI

3.5.2.3. Arts Audience Experience Framework (AAEF)

De derde methode die in dit hoofdstuk wordt behandeld bestaat opnieuw uit een vragenlijst. Het gaat om de Arts Audience Experience Framework (AAEF) opgesteld door ITC et al. (2005) en gepresenteerd in een handboek voor theater. Het gaat in dit geval dus opnieuw over podiumkunsten.

ITC et al. (2005) zetten in hun framework in op vijf verschillende intrinsieke thema's: 'engagement and concentration', 'learning and challenge', 'energy and tension', 'shared experience and atmosphere', 'personal resonance' en 'emotional connection'. Hoewel dit niet werd meegenomen in de verwerking van het theoretisch kader vertonen de categorieën wel wat overeenkomsten met de constructen uit dit onderzoek. ITC et al. (2005) stelden per categorie drie vragen op die op verschillende manieren bevraagd kunnen worden. In de eerste template die ze opstellen werken ze met Likertschalen van vijf punten met een stelling aan beide zijden van de schaal. De

tweede template werkt ook met een Likertschaal van vijf punten maar hier staat per vraag slechts één stelling en moet de mate van akkoord met de stelling worden aangeduid. De volledige vragenlijsten kunnen geconsulteerd worden in de derde bijlage.

Aangezien dit framework, net als de vorige twee, met een vragenlijst werkt, wordt opnieuw een tabel opgesteld met de overeenkomst met enablers en constructen uit het huidige onderzoek. Drie van de zes enablers komen voor, namelijk: 'pleasure', 'experience' en 'resonance/relevance'. Verder komen vier van de vijf geselecteerde impactconstructen voor, enkel 'aesthetic impact' komt niet aan bod. 'Communal value' komt slechts één keer voor. 'Well-being' is het sterkst vertegenwoordigd, dat komt vooral door het thema 'engagement en concentration'.

AAEF			
1	Well-being	8	Experience
2	Cognitive growth	9	Communal value
3	Pleasure	10	Emotional impact
4	Experience	11	Well-being
5	Emotional impact	12	Cognitive growth
6	Well-being	13	Experience
7	Resonance/relevance & cognitive growth	14	Waarde betrokkenen
		15	Resonance/relevance

Tabel 5: Toewijzing constructen AAEF

3.5.2.4. Contribution analysis.

Contribution analysis is een methode die gebruik maakt van Theory of Change (ToC). Een al dan niet bestaande ToC vormt namelijk het vertrekpunt van deze methode, waardoor je gestimuleerd wordt tot reflectie en betrokkenheid (Berghmans et al., 2014). Het is een methode om na te gaan wat de sterktes en zwaktes van de interventie zijn, welke effecten de interventie heeft en in hoeverre de vastgestelde effecten toewijsbaar zijn aan de interventie (Sociale Innovatiefabriek, 2017). Op die manier verhoogt Contribution analysis de zekerheid over de specifieke bijdragen van de praktijk (Berghmans et al., 2014). Contribution analysis wordt verder ook gebruikt

voor tussentijdse resultaten, waardoor de ToC kan worden bijgewerkt indien nodig. Het is dus een proces dat meerdere keren kan worden uitgevoerd (Berghmans et al., 2014).

Het proces van Contribution analysis gebeurt in zes stappen:

1. Bepaal de oorzaak-gevolg vraag die je wilt beantwoorden
2. Ontwerp een veranderingstheorie [ToC]
3. Verzamel bewijs en gegevens
4. Bepaal de bijdrage van de praktijk (Contribution Story) en de uitdagingen
5. Zoek extra bewijs
6. Herbekijk de 'Contribution Story' (Berghmans et al., 2014).

Deze methode is dus eerder een proces. De manier waarop data wordt verzameld kan hier redelijk vrij worden ingevuld, zowel kwalitatieve als kwantitatieve methodes kunnen worden gebruikt. De Sociale Innovatiefabriek lijst vijf relevante technieken op die in deze methode kunnen worden toegepast: focusgroepen, documentanalyse, interviews, observatie en storytelling.

3.5.2.5. Exploratieve casestudy.

Een exploratieve casestudy is een vorm van descriptieve gevalstudie, dat zijn casestudies met een eerder beperkte focus. De exploratieve casestudy dient om hypothesen voor later, uitgebreid, onderzoek te genereren en onderzoeken (Morra en Friedlander, 1999). In het geval van impactmeting heeft deze methode, net als de vorige, te maken met ToC. Het dient om de veranderingstheorie te proberen te illustreren om vervolgens te kunnen verfijnen. Het is bij deze methode met andere woorden de bedoeling om de opgestelde veranderingstheorie te reconstrueren in een enkelvoudige gevalstudie. Dit kan gebeuren met heel wat verscheidene technieken; surveys, focusgroepen, observatie, expertanalyse en storytelling (Sociale Innovatiefabriek, 2017). Deze methode kan bijgevolg beschouwd worden als een verkennend onderzoek dat kan gebruikt worden bij het opstellen en finaliseren van een veranderingstheorie. Deze methode dient niet om impact vast te stellen en te verklaren in retrospectief en is om die reden minder bruikbaar in het huidige

onderzoek. Daarenboven is een gevaar van casestudies dat ze vaak minder generaliseerbaar zijn (Gielen et al., 2014).

3.5.2.6. General Elimination Methodology (GEM)

De General Elimination Methodology, of kortweg GEM, past opnieuw in het kader van de ToC. Het opstellen van een veranderingstheorie is namelijk de eerste stap in deze methode. Echter gaat het hier om een zeer uitgebreide veranderingstheorie met *“een lijst van mogelijke oorzaken en tegenstrijdige verklaringen voor een gebeurtenis, effect of verandering”* (Berghmans et al., 2014; p.86). Het gaat dus om allerlei verschillende mogelijke verklaringen. Voor iedere verklaring moet ook een ‘modus operandi’ worden opgesteld, dat is *“een opeenvolging van samenhangende gebeurtenissen of een set van condities”* (Berghmans et al., 2014; p.86). Zoals de naam laat uitschijnen is het dan de bedoeling om de meeste van die verklaringen te kunnen elimineren op basis van feiten. Om deze feiten te verzamelen kunnen verschillende methodes, zowel kwantitatief als kwalitatief, worden gebruikt. Deze methode kan helpen om de causale relatie tussen praktijk en effect te versterken (Berghmans et al., 2014).

3.5.2.7. Method for impact Assessment of Programs and Projects (MAPP) en Participatory Impact Assessment (PIA)

MAPP is een participatieve impact methode (PIA) om zowel negatieve als onverwachte impact in kaart te brengen. Participatieve impact methodes werden in de eerste plaats ontwikkeld voor grote ontwikkelingsprojecten in landbouwregio's in Afrika, daardoor is het vooral toegespitst op gemeenschapsvorming, armoede, economische ontwikkeling en dergelijke meer (Berghmans et al., 2014). In tegenstelling tot traditionele evaluatiemethodes wilt PIA de impact van de projecten op het leven van de participanten meten. In plaats van aspecten van projectimplementatie na te gaan, tracht PIA een stap verder te gaan door te bekijken of, en in welke mate, de activiteiten van het project echt een voordeel betekenen voor de betrokkenen en of deze voordelen aan het project kunnen worden toegewezen (Catley, Burns, Abebe en Suji, 2007).

MAPP, een vorm van PIA, is echter ook bruikbaar voor andere thema's en onderzoeksvelden (Berghmans et al., 2014). Bij MAPP wordt er niet van een ToC vertrokken, aan de basis liggen focusgroepen om de impact van een praktijk op het

dagelijkse leven van de participanten te achterhalen (Berghmans et al., 2014). Met de focusgroepen wordt getracht samen, vanuit de ervaring, effecten en verklaringen te selecteren die algemeen geldig zijn (Sociale Innovatiefabriek, 2017). De focusgroepen worden aangevuld met andere technieken die kwantificering toelaten. De oorspronkelijk voorgestelde technieken zijn life line, trend-analysis, crosschecking, activiteitenlijst, influence matrix, ontwikkeling en impactprofiel en participatieve planning (Berghmans et al., 2017). De Sociale Innovatiefabriek (2017) haalt verder ook storytelling en surveys aan als mogelijke technieken. Dit is opnieuw geen kant en klare methode, de technieken voor het verzamelen van data zijn relatief open gelaten en moeten dus door de organisatie zelf worden ingevuld. Aangezien het initieel werd opgesteld voor de landbouwsector moet de methode ook geadapteerd worden naar de eigen sector. Dat maakt het geheel nog arbeidsintensiever.

3.5.2.8. Most significant change

De most significant change methode werkt op het niveau van de verhalen. Aan de hand van interviews, focusgroepen of storytelling, worden verhalen verzameld van het personeel, de doelgroep of andere stakeholders. Hoewel deze methode niet vertrekt van een ToC, worden in een eerste stap best enkele categorieën van mogelijke effecten geselecteerd (Sociale Innovatiefabriek, 2017). Vervolgens worden verhalen verzameld aan de hand van brede en open of net heel specifieke vragen (Berghmans et al., 2014). Daarna is het de bedoeling om voor elke categorie het verhaal te selecteren waarin de meest significante verandering in te vinden is voor verdere analyse met feedback van verschillende stakeholders (Sociale Innovatiefabriek, 2017). Betekenisvorming is bij deze methode zeer belangrijk, maar de methode is minder geschikt voor een algemeen beeld van impact aangezien alleen met extreme cases wordt gewerkt (Berghmans et al., 2014). Generaliseren wordt hier met andere woorden niet aangeraden.

3.5.2.9. Multiple Lines and Levels of Evidence. (MLLE)

MLLE is een methode die gehanteerd wordt wanneer impact reeds is vastgesteld. Het dient om de geconstateerde impact te verklaren en extra bewijs te verzamelen over het verband tussen de interventie en de impact. Daarbij worden meerdere vormen van

bewijs en verschillende bronnen van bewijsvorming gecombineerd (Berghmans et al., 2014). Het is met andere woorden een methode die extra bewijskracht geeft voor de causaliteit. De methode stimuleert reflectie over de wijze waarop dezelfde, of een grotere, impact kan bekomen worden in activiteiten in de toekomst (Sociale Innovatiefabriek). Een belangrijke insteek bij deze methode is dat het ook gebruik maakt van expertanalyse. Het verzamelde bewijs voor de vastgestelde impact moet worden voorgelegd aan een groep experts die de bewijskracht ervan nagaan en al dan niet bevestigen. Deze methode laat daarenboven ook toe om een opgestelde ToC in haar volle reikwijdte te onderzoeken.

3.5.2.10. Outcome Harvesting

Outcome Harvesting is een methode die na afloop van een interventie wordt uitgevoerd, de bijdrage van een praktijk aan veranderingen die hebben plaatsgevonden wordt retrospectief achterhaald. Door bewijzen te verzamelen worden feiten en factoren die bijdroegen aan een bepaald resultaat geïnterpreteerd (Berghmans et al., 2014). Een 'oogster', die meestal een externe begeleider is, bepaalt eerst samen met de deelnemers wat de sleutelvragen zijn van de evaluatie en welke informatie moet worden verzameld (Sociale Innovatiefabriek, 2017). Dat verzamelen of oogsten gebeurt via individuen en organisaties wiens praktijken de uitkomsten (outcomes) hebben beïnvloed, in combinatie met overige informatie om een aannemelijke verantwoording van de bijdrage te bekomen. Het gaat bij deze methode dus eerder om het begrijpen van het veranderingsproces (Berghmans et al., 2014). Er zijn verder heel wat verschillende verzameltechnieken mogelijk: focusgroepen, documentanalyse, interviews, observaties en workshops (Berghmans et al., 2014 en Sociale Innovatiefabriek, 2017). Er wordt dus opnieuw veel opengelaten. Deze methode is zeer vergelijkbaar met MLLE.

3.5.2.11. Outcome Mapping

De naam van de volgende methode, Outcome Mapping, verklaart eigenlijk al de insteek ervan, namelijk het in kaart brengen van uitkomsten. De methode werd vormgegeven in de sector van de ontwikkelingswetenschappen en focust op gedragsveranderingen van individuen, groepen en organisaties. De methode vertrekt van de

opvatting dat een verandering niet aan één praktijk kan worden toegeschreven maar een samenspel is van verschillende factoren. De methode analyseert veranderingen binnen de invloedssfeer van de praktijk en spreekt bijgevolg over bijdrage aan die 'outcomes' op lange termijn (Berghmans et al.,2014). De methode bestaat uit drie fasen die in totaal twaalf stappen kennen. De eerste fase speelt zich af voor de praktijk en bevat het gros van de stappen, de tweede fase dient als monitoring tijdens de praktijk, de laatste fase is de evaluatie achteraf. Een overzicht van de fasen en de stappen bevindt zich in de tabel hieronder:

Outcome Mapping		
Fase 1: Intentional Design		
1	Visie	Wat zijn de beoogde langetermijnveranderingen?
2	Missie	Hoe worden deze bekomen?
3	Boundary partners	Wie zijn de individuen, groepen of organisaties waarmee de praktijk rechtstreeks samenwerkt om hen positief te beïnvloeden?
4	Outcome challenge	Wat is de ideale verandering in gedrag, relaties en activiteiten van deze partners, die optimaal bijdraagt aan de visie?
5	Vooruitgangsindicatoren	Wat zijn de tussentijdse indicatoren die wijzen op/leiden tot de outcome challenge? Deze vormen de basis voor de informatieverzameling en opvolging.
6	Interventiestrategie	Welke acties en activiteiten van worden door de praktijk of organisatie uitgevoerd om bij te dragen aan de outcome challenge?
7	Interventielogica	Hoe opereert de organisatie of de praktijk om de missie uit te voeren?
Fase 2: Monitoring		
8	Monitoring prioriteiten	Wat zijn de prioriteiten van de monitoring?
9	Outcome rapport	Rapportering van de outcomes
10	Strategie rapport	Rapportering van de strategie
11	Prestatie rapport	Rapportering van de prestatie
Fase 3: Evaluation		
12	Evaluatieplan	Uitvoeren van een evaluatie, hiervoor wordt een plan opgesteld die uit de logica van de planning voortkomt.

Tabel 6: Verschillende fasen en stappen Outcome Mapping (Naar Berghmans et al., 2014).

De manier waarop de uitkomsten worden vastgesteld blijft ook bij deze methode vrij om in te vullen. De Sociale Innovatiefabriek (2017) stelt documentanalyse, focusgroepen, surveys en interviews als relevante technieken voor.

3.5.2.12. Sensemaker

Sensemaker is een statistisch computerprogramma dat volledig gebruik maakt van verhalen. Het is de bedoeling dat participanten een verhaal vertellen dat ze nadien zelf coderen aan de hand van op voorhand bepaalde thema's die verband houden met de doelstellingen van de praktijk. Daardoor wordt aan het verhaal een extra laag van betekenis toegevoegd. De software wordt dan gebruikt om verschillende patronen tussen de verhalen te visualiseren. Sensemaker werd voornamelijk ontwikkeld voor programma's met een complexe context waar veel verschillende krachten en percepties over de realiteit spelen. Het brengt de diversiteit van inzichten en perspectieven in beeld over de vooraf bepaalde thema's van een groot aantal mensen (meer dan vijfhonderd). Sensemaker is het meest effectief als het gebruikt wordt voor continue monitoring door een stroom van verhalen te gebruiken in plaats van een eenmalig gebruik (Berghmans et al., 2014). Sensemaker is met andere woorden een software die kan gebruikt worden bij de techniek van storytelling.

3.5.2.13. Social Impact Assessment (SIA)

SIA is een proces om sociale problemen van projectontwikkeling te identificeren en te managen. Het bevat het engagement van de betrokken gemeenschappen in participatieve processen van identificatie, assessment en management van sociale impact. SIA wordt gebruikt als een tool om impact te voorspellen in beslissingsprocessen, maar draagt ook bij tot het lopende management van sociale problemen gedurende het hele proces van projectontwikkeling (Vanclay, Esteves, Aucamp & Franks, 2015). SIA is verder een overkoepelend framework dat alle menselijke impact omvat, waaronder esthetische impact, gemeenschapsimpact, culturele impact, demografische impact, ontwikkelingsimpact, economische en fiscale impact, gezondheidsimpact, politieke impact, psychologische impact, toerisme impact, en andere impact op de samenleving (Maas en Liket, 2011).

3.5.2.14. *Success case method*

De laatste methode uit dit overzicht is de tweede vorm van een gevalstudie die hier voorkomt. Het is een soort van gevalstudie die voornamelijk wordt gebruikt om de effecten van een vorming na te gaan (Sociale Innovatiefabriek, 2017). De methode is gericht op twee assumpties. De eerste luidt dat sommige mensen positieve resultaten zullen bereiken, sommige helemaal niets zullen doen met het initiatief en de meerderheid enkele aspecten zullen opnemen zonder duidelijk waarneembare verschillen in prestatie. In plaats van zich op de meerderheid te richten, werkt de 'Success case method' met de meest en minst succesvolle gevallen. De tweede assumptie is dat effecten van initiatieven nooit geïsoleerd tot stand komen, daarom is het niet de bedoeling netto-effecten van interventies vast te pinnen. Het doel is om van de meest en minst succesvolle gevallen te leren om initiatieven in de toekomst te verbeteren. De methode geeft problemen in situaties waar gedragspatronen eerder onvoorspelbaar zijn, dat kan onjuiste resultaten opleveren (Berghmans et al., 2014). Deze methode kan problemen geven in verband met generaliseerbaarheid.

3.5.3. Conclusie methoden en technieken

Het gros van deze methodes biedt eigenlijk geen kant- en klare gebruiksvriendelijke methode. Meestal wordt de manier waarop data wordt verzameld niet gespecificeerd terwijl dit een belangrijke stap is bij het meten van impact. Enkel de eerste drie methodes bieden hier wel een antwoord op. Het probleem met deze methodes echter is dat ze gericht zijn op receptieve kunstvormen, meer specifiek vooral op het theater. Deze methodes zijn dus niet bruikbaar voor alle culturele activiteiten. De twee soorten casestudies en de Most significant change methode vertonen problemen met generaliseerbaarheid en zijn voor dit onderzoek dus ook minder bruikbaar. De overige methodes werken allemaal eerder op een bepaalde stap in het bredere proces van impact meten. GEM en Contribution Analysis werken vooral vanuit een ToC en de vraag in hoeverre impact toewijsbaar is aan een activiteit. MAPP en PIA doen hetzelfde, maar zonder een ToC. Outcome Harvesting en MLLE gaan over het verzamelen van (bestaand) bewijs om die impact toe te wijzen aan de activiteit. Sensemaker is een tool die specifiek gebruikt wordt om data die bestaat uit verhalen

(storytelling) te verwerken. SIA betreft eerder een overkoepelend framework dan een methode. Outcome Mapping ten slotte lijkt misschien de meest uitgebreide methode in dit opzicht. Vooral de eerste fase kan een goeie leidraad vormen tijdens het nadenken over de eigen activiteit, en de veranderingstheorie die daarbij hoort. Het rapporteren van de data wordt echter opnieuw vrij opengelaten.

De nadruk van heel wat methodes ligt dus vooral op het nadenken over beoogde of verwachte veranderingen en daarbij horende indicatoren. Het is dus belangrijk om goed na te denken welke veranderingen of impactconstructen een resultaat zouden kunnen zijn van de praktijk, en wat de doelstellingen precies zijn alvorens een impactmeting te starten. Enkel op die manier kunnen bruikbare resultaten worden gegenereerd. ToC, een theorie waarop een aantal van de methodes verder bouwen kan hierbij een steun vormen. Verder is het belangrijk om genoeg tijd uit te trekken voor deze stap van reflectie en verschillende mensen erbij te betrekken. Dat zegt ook Iris Verhoeyen (persoonlijke communicatie, 09/05/2017), kennismanager van de Sociale Innovatiefabriek, het is de intellectuele eerlijkheid van jezelf om cherry picking bij de selectie van te onderzoeken impactconstructen en doelstellingen te voorkomen.

4. THEORETISCHE TOEPASSING IMPACTMETING

Hoofdstuk vier vormt de laatste lijn naar een suggestie voor een oplossing. In de eerste plaats wordt voor de vier categorieën bekeken hoe men de impactconstructen en enablers die voor de categorie relevant zijn kan meten. Daarna wordt aan de hand van de verschillende categorieën en cases een algemene methodiek geëxtraheerd.

4.1. PODIUMKUNSTEN

De eerste categorie is die van de podiumkunsten. Podiumkunsten vormen een belangrijk deel van de werking van een CC. Heel wat theatervoorstellingen of muziekoptredens, maar ook andere live-opvoeringen worden in de loop van het jaar geprogrammeerd in grote en kleine zalen van de culturele centra. Hoewel de nadruk hier op live-opvoeringen ligt kan hetgeen in dit hoofdstuk gezegd wordt tot op zekere

hoogte veralgemeend worden naar andere receptieve vertoningen, denk bijvoorbeeld aan filmvertoningen in het CC. Voor deze categorie wordt niet met een case gewerkt, de voorbeelden die worden gegeven zijn dus louter illustratief. De toepassing blijft in dit geval dus ook breder.

4.1.1. Impactbenadering

Algemeen werden voor deze thesis reeds vijf constructen van impact geselecteerd: 'communal value', 'cognitive growth', 'emotional impact', 'aesthetic impact' en 'well-being'. Daarnaast zijn er ook zes enablers van impact; 'opportunity/risk', 'resonance/relevance', 'anticipation', 'experience/absence of distraction'; 'context/information' en 'pleasure'. Zowel de vijf constructen als de zes enablers kunnen allemaal worden meegenomen wanneer over podiumkunsten wordt gesproken. Het feit dat alle elf zaken in minstens één van de drie surveys over de ervaring van het publiek (Alan S. Brown & Associates Impact Survey, AAEL en AAELF) voorkomen bevestigt dit. Ook in een gesprek met Tine Mallentjer (persoonlijke communicatie, 22/05/2017), medewerker van CC Berchem, komen de meeste constructen naar boven als het over de podiumkunsten gaat. Zo haalt Mallentjer (persoonlijke communicatie, 22/05/2017) het programmeren van hedendaagse dans aan om esthetische impact te faciliteren. De traditionele kunstbenadering zorgt dan weer voor het emotionele aspect, namelijk het 'raken' van de mensen. De ontspannende functie en het ontsnappen aan de dagelijkse sleur gekoppeld aan 'well-being' kan volgens haar voornamelijk terug gevonden worden in de meer laagdrempelige programmering gericht op jongeren en senioren. Nog in de programmatie voor jongeren komt het cognitieve construct voor, in de maatschappelijke functie van die programmatie zit namelijk het verbreden van het wereldbeeld verwerkt. Verder komen in het gesprek ook een aantal enablers naar boven. De laagdrempeligheid werd hier al vermeld en heeft vooral te maken met de enabler 'risk/opportunity'. Hoe lager de risico's hoe laagdrempeliger de voorstelling of programmatie. Verder vermeldt Mallentjer (persoonlijke communicatie, 22/05/2017) ook de enabler 'pleasure'. Ze zegt namelijk dat de artistieke kwaliteit ('het ervaren van iets moois') een voorwaarde is opdat emotionele impact en cognitieve groei

plaatsvinden, wanneer je iets slecht vindt ga je er namelijk minder gemakkelijk iets van opsteken of je er emotioneel mee verbinden.

4.1.2. Meting

In dit onderdeel wordt meer specifiek nagegaan of naast de constructen ook alle aspecten van die constructen aan bod komen in de vragenlijsten. Hier zal worden gestart van de Alan S. Brown & Associates LLC Impact Survey (Brown en Novak, 2007) omdat die de meest uitgebreide van de drie lijsten is, en omdat die met een meting voor en na het gebeuren werkt, wat ook een insteek is in dit onderzoek.

Het eerste deel van de survey wordt voor het gebeuren afgenomen en behandelt voornamelijk de enablers. De eerste enabler, 'opportunity/risk', wordt door vragen twaalf tot en met veertien behandeld. Het psychologische risico komt aan bod bij vraag twaalf, die gaat over wiens idee het was om naar de voorstelling te komen.. Het financiële risico of de kost wordt gecoverd in vragen dertien en veertien. Toegang, tijd, het sociale risico en het functionele risico komen in deel één niet ter sprake. 'Resonance/relevance', de tweede enabler wordt behandeld door vragen één tot vier, zes, negen en tien. Deze vragen gaan na in welke mate de participant gekend is met het medium en de organisatie. Ook anticipatie komt uitgebreid aan bod. Vraag elf bekijkt hoe lang op voorhand de voorstelling werd gepland door de participant en vragen negentien en twintig gaan respectievelijk over het enthousiasme voor de voorstelling en de verwachtingen. Ook vraag zeventien hoort bij deze enabler. Deze vraag gaat na welke redenen de participant heeft om naar de voorstelling te komen. De antwoorden kunnen ook iets meer zeggen over de impact die wordt verwacht vanwege de participanten. Vragen vijftien en zestien gaan over het gezelschap waarmee de voorstelling wordt bezocht. Die past het best bij 'experience'. Ook vraag achttien, die naar de gemoedstoestand van de participant peilt hoort hierbij. De enabler 'context/information' wordt behandeld door vragen vijf, zeven en acht. Vraag vijf peilt naar de (semi-)professionele ervaring van de participant, vragen zeven en acht naar het opzoeken van informatie. 'Pleasure' ten slotte komt niet aan bod in deel één van de survey.

Om alle enabler-aspecten van het huidige onderzoek mee te nemen moeten dus nog vragen worden toegevoegd over toegang, tijd, het sociale en functionele risico en 'pleasure'. Echter zijn een aantal van deze elementen moeilijk te bevragen voor het gebeuren. De mogelijkheid dat een voorstelling niet aan de verwachtingen voldoet (functionele risico) kan pas bevestigd worden wanneer de voorstelling heeft plaats gevonden, ook het ervaren van iets moois ('pleasure') gebeurt tijdens de voorstelling. Enkel toegang, tijd en het sociale risico moeten met andere woorden nog worden toegevoegd. Na consultatie van de twee andere lijsten werd slechts één vraag gevonden die het eerste deel van de vragenlijst, voor de voorstelling, zou aanvullen, namelijk de tweede vraag uit de tweede groep van AAEI. Die bevestigd het geprefereerde type van optreden en kan gekoppeld worden aan het psychologische risico en de 'resonance/relevance' enabler. Vragen naar toegang, tijd en sociale risico worden door de onderzoeker zelf toegevoegd. De bekomen vragenlijst kan gevonden worden in de vierde bijlage. Deze bevat een aangepaste en vertaalde lijst die voornamelijk gebaseerd is op de Alan S. Brown & Associates LLC Impact Survey (Brown en Novak, 2007).

Het tweede deel van de survey moet maximum 24 uur na afloop van de voorstelling worden ingevuld en gaat over de eigenlijke ervaring. In dat onderdeel zitten zowel enablers als impactaspecten. Voor elk impactconstruct wordt nagegaan of het aanwezig is, en of alle aspecten ervan aanwezig zijn. Er wordt ook gecontroleerd of 'pleasure' en het functionele risico aanwezig zijn aangezien deze voor de voorstelling niet kunnen worden bevestigd.

Het eerste construct dat wordt besproken is 'communal value'. Daarvoor zijn vragen acht, 21 en 22 relevant. Vraag acht gaat over het bespreken van het stuk of de ervaring met andere mensen uit het publiek en kan dus worden toegewezen aan het bouwen aan connecties. Vraag 21 gaat over 'social inclusion', 22 over een uiting van communale betekenis. De drie aspecten van 'communal value' zijn dus telkens door één vraag vertegenwoordigd. De eerste twee vragen van de lijst gaan over de 'well-being impact'. De eerste vraag peilt naar de mate van absorptie in het gebeuren en gaat dus over captivatie, de tweede vraag gaat na of de participant beseft van tijd en

'everything else' (Brown en Novak, 2007; p.90) vergeet en sluit meer aan bij het ontsnappen aan het leven van alledag. Opnieuw worden beide aspecten aangewend. Dit kan niet worden gezegd over 'cognitive growth'. Daarvan komt het aspect knowledge voor in vragen vijf, 23 en 24. 'Intellectual stimulation' wordt vertegenwoordigd door vragen drie, vier, zes en zeven maar het aspect identiteit komt niet aan bod. Voor de emotionele impact zijn vragen negen tot twaalf van belang. Vraag elf gaat over de verbintenis met de performers, wat aan bod komt bij het empathie aspect. De overige vragen behandelen catharsis. Ook hier komen dus beide aspecten aan bod. Het laatste construct, 'aesthetic impact', wordt door vragen zestien tot en met twintig behandeld. Identiteit is met andere woorden het enige aspect dat volledig ontbreekt.

Verder zijn er in het tweede deel acht vragen die toegewezen kunnen worden aan enkele enablers en vier vragen die betrekking hebben tot de waarde van het gebeuren voor de participanten. Wat betreft de enablers komen 'experience' (25), 'information' (27-29), 'resonance/relevance' (30), 'pleasure' (33) het functionele - (34), financiële - (35) en tijdsrisico (35) aan bod. Het peilen naar de waarde voor de betrokkenen gebeurt aan de hand van vragen 26, 31, 32 en 36.

De meeste zaken die meegenomen worden in dit onderzoek zijn met andere woorden aanwezig in de survey van Brown en Novak (2007). Het aspect identiteit van het cognitieve construct ontbreekt. Verder zijn er ook geen vragen over de afwezigheid van afleiding, wat bij de enabler 'experience' hoort. Deze vragen moeten dus nog worden toegevoegd.

Een aantal vragen uit de twee andere lijsten vormen hier wel een toevoeging. Voor de AAEL (Radbourne, Glow en Johanson, 2013) zijn dat vraag drie van deel twee en vraag zes van deel drie. De eerste van dit rijtje vormt een aanvulling voor het functionele risico, het peilt naar het inlassen van de verwachtingen gecreëerd door promotioneel materiaal. De tweede vraag behandelt de 'absence of distraction' tot op bepaalde hoogte. Verder zijn ook vragen vier, vijf en vijftien van het AAEL een toevoeging. Vraag vier peilt naar de atmosfeer tijdens het gebeuren ('experience'), vraag vijf vormt een cross-over tussen empathie met de personages en identiteit, vraag vijftien behandelt ook identiteit.

Daarnaast vormt ook een aspect uit het onderzoek van Walmsley (2013) hier een toevoeging. De waarde die het publiek persoonlijk aan theater geeft werd door Walmsley (2013) onderzocht door participanten te vragen om hun leven zonder theater te beschrijven. De reacties op deze vraag waren zeer uiteenlopend, één van de participanten brak zelfs in tranen uit. Deze storytellingtechniek kan hier ook worden meegenomen. De volledige vragenlijst bevat overigens heel wat verschillende technieken. De lijst kan een leidraad vormen voor een diepte-interview of focusgroep maar kan ook worden opgesteld als survey met open -, meerkeuze- en Likerttype vragen wanneer er bijvoorbeeld niet voldoende tijd is voor interviews. De volledige bekomen vragenlijst bevindt zich in bijlage vier.

4.2. BIBLIOTHEEKWEZEN

Het bibliotheekwezen vormt één van de twee belangrijke luiken van LCB, namelijk CC's en bibliotheken. Het vormt na podiumkunsten dus ook de tweede categorie in dit onderzoek. Voor deze categorie wordt gebruik gemaakt van de casus van de jeugdboekenmaand (JBM). Een brede activiteit die allerlei verschillende mogelijke soorten praktijken (auteurslezingen, bibspelen, doeboekjes, ...) georganiseerd door een bibliotheek omvat.

4.2.1. Jeugdboekenmaand (JBM): context

De JBM valt bij lokaal cultuurbeleid onder de werking van de bibliotheken. De JBM is een initiatief van Iedereen Leest waarbij in heel Vlaanderen door scholen en bibliotheken projecten worden opgestart om jeugdboeken en –literatuur even in de kijker te zetten. Ook in Antwerpen wordt hier al jaren aan deelgenomen (vroeger jeugdboekenweek). Antwerpen was namelijk de eerste om een website te ontwikkelen waar kinderen op terecht kunnen voor wedstrijden en andere spellen, allemaal in het thema van leesbevordering. Deze website werd nu in samenwerking met Iedereen Leest voor heel Vlaanderen ontwikkeld. Naast de website ontwikkelde Antwerpen ook een doeboekje voor de tweede graad van het lager onderwijs. Ook dit werd in samenwerking met Iedereen Leest overgenomen voor iedereen in Vlaanderen. In

Antwerpen werden dit jaar 15.000 exemplaren verdeeld. Het boekje, waar veel vraag naar is, is tevens te downloaden op de site. De reacties erop zijn bovendien positief, velen hebben het over het feit dat de kinderen er “heel hard mee bezig zijn” (E. Wijninckx, persoonlijke communicatie, 14/03/2017). Dit is opnieuw een voorbeeld waarbij louter het aantal exemplaren deze informatie niet zou meegeven. Hoeveel kinderen lopen effectief met het boekje rond? Wat onthouden ze ervan en gaan ze er effectief meer of liever door lezen? De evaluatie van de projecten van de JBM gebeurde vorig jaar (toen jeugdboekenweek) enkel aan de hand van deelnamecijfers (E. Wijninckx, persoonlijke communicatie, 14/03/2017). Kan dit worden uitgebreid om meer vat te hebben op de impact van de afzonderlijke projecten?

4.2.2. Impactbenadering

Na overleg met de projectcoördinator van deze case, Els Wijninckx (persoonlijke communicatie, 19/05/2017), bleek dat voornamelijk de vier artistieke impactconstructen van belang zijn. Dit wegens het private aspect van lezen als een activiteit. Wijninckx (persoonlijke communicatie, 19/05/2017) wijst erop dat ook de andere private aspecten die in dit onderzoek niet worden meegenomen, namelijk ‘attitudinal and behavioural’ en ‘educative impact’, ook belangrijk zijn. Deze vallen buiten het huidige onderzoek, wat overigens niet wil zeggen dat het in de toekomst niet kan worden onderzocht of niet kan worden meegenomen in een impactevaluatie of -analyse. Voor de JBM wordt hier dus in de eerste plaats naar de artistieke impact gekeken. Het vijfde construct uit dit onderzoek, ‘communal value’, is hier met andere woorden in mindere mate van belang. Dit wil uiteraard niet zeggen dat hier geen sprake van is. In het geval van auteurslezingen kan bijvoorbeeld de link gelegd worden met het receptieve van podiumkunsten en het samen ervaren ervan. Ook bij andere activiteiten kan een gevoel van samenhang of het ergens bij horen naar boven komen. Verder past het steeds meer populaire fenomeen van samen lezen tevens in dit rijtje (E. Wijninckx, persoonlijke communicatie, 19/05/2016). In de rest van dit onderdeel wordt enkel naar de vier artistieke constructen gekeken.

Wat betreft de enablers is het mogelijk om leesbevordering als overkoepelende enabler te zien. Leesbevordering wordt door Leesmonitor (een initiatief van Stichting

Lezen Nederland om wetenschappelijke kennis voor een breed publiek bekend te maken) als volgt gedefinieerd:

Het stimuleren van het lezen bij kinderen en volwassenen, met als doel dat zij lezen niet als verplicht schoolvak ervaren, maar beschouwen als een leuke en zinvolle vrijetijdsbesteding. Binnen de leesbevordering zijn leesplezier en leesmotivatie middelen om de leesvaardigheid en de literaire competentie te stuwen. Immers, wie vaak voor het plezier leest, wordt een steeds vaardiger lezer. Leesbevorderaars stimuleren het lezen van verschillende media (print, digitaal) en modaliteiten (fictie-boeken, non-fictie-boeken, kranten, tijdschriften). (2017, definities)

Het stimuleren van lezen bij kinderen is ook de voornaamste doelstelling van de JBM. De JBM dient om aan de hand van een kwalitatief aanbod het plezier van lezen, voorlezen en naar illustraties kijken in de kijker te zetten (Iedereen Leest, 2017). Bij de JBM wordt leesbevordering met andere woorden vooral ingezet om meer leesplezier te verkrijgen. Leesbevordering is dus de enabler voor leesplezier. Leesplezier wordt namelijk door Leesmonitor (2017) omschreven als het opdoen van aangename ervaringen zoals een leesflow, het voelen van emoties en de eigen verbeelding, wat tot een positievere leesattitude leidt. Leesplezier vindt dus plaats op het niveau van de impactconstructen. Leesflow is namelijk een geboeide aandacht waardoor lezers het gevoel van tijd en ruimte verliezen (Leesmonitor, 2017) en komt dus overeen met het construct 'well-being'. Emoties passen uiteraard in het emotionele construct en de verbeelding hoort thuis in het cognitieve construct. Aan de hand van deze definitie van leesplezier worden dus al drie van de vier artistieke constructen behandeld. Het emotionele zit overigens niet alleen in het ervaren van emoties op zich maar ook het aspect empathie is hier belangrijk. Belfiore en Bennet (2007) halen namelijk aan dat lezers de neiging hebben om zich te identificeren met het personage en hun perspectief eigen maken, wat tot een verhoogde capaciteit tot empathie kan leiden. Ook voor het cognitieve geven Belfiore en Bennet (2007) bijval, namelijk dat toegewijde lezers ook praktische informatie kunnen opdoen. Het enige artistieke construct dat nog niet aan bod kwam is de esthetische impact. Dit construct spreekt echter voor zich. Dankzij de vele activiteiten die lezen tijdens de JBM in de kijker zetten

kunnen kinderen in aanraking komen met nieuwe vormen van literatuur, nieuwe genres en dergelijke meer.

Leesbevordering, in de zin van het stimuleren van leesplezier, staat dus toe dat deze constructen plaatsvinden. Dat gebeurt aan de hand van een aantal enablers. In de eerste plaats wordt er ingezet op de 'opportunity/risk' enabler. Het is namelijk de bedoeling om door de JBM de attitudes tegenover lezen bij kinderen op een positieve manier te beïnvloeden. In termen van risico's zouden onder meer de psychologische en sociale risico's verlaagd moeten worden. Het psychologische risico ging over het schaden van het zelfbeeld, het sociale risico over het beeld dat anderen van je hebben (Radbourne, Glow en Johanson, 2010). Om dit even te illustreren met een voorbeeld zou een kind, dat zichzelf ziet als een 'cool' persoon niet willen lezen omdat het denkt dat dit een 'saai' activiteit is. Of het zou niet willen lezen omdat het denkt dat andere mensen hem of haar dan als een saai persoon gaan zien. Door in te zetten op het plezier van lezen zouden deze risico's verminderd kunnen worden. Een volgende enabler is de 'context/information' enabler. Een goed voorbeeld hiervoor is een auteurslezing van Gerda Dendooven in het kader van de jeugdboekenweek (voorganger JBM) vorig jaar. Zij vertelde de kinderen niet alleen over een verhaal maar legt hen ook uit hoe een boek gemaakt wordt, wat er allemaal aan het eindproduct vooraf gaat. De kinderen zeggen zelf dat ze na afloop van de activiteit weten hoe lang het duurt om een boek te maken en hoe je dat moet doen (Bibliotheek Antwerpen, 2016). Daarnaast is er een cross-over van deze enabler met 'anticipation'. De verwachtingen van lezers worden namelijk gevormd door heel wat factoren. Belfiore en Bennet (2007) halen in dat opzicht de context (lezen voor school of lezen voor plezier), informatie (genre, auteur, ...), boekomslag en titel aan als allemaal elementen die de verwachtingen en anticipatie op het boek en het lezen ervan beïnvloeden. Verder is het feit dat gebruik wordt gemaakt van een '*kwaliteitsvol aanbod*' (Iedereen Leest, 2017) een indicatie van de enabler 'pleasure'. Namelijk het ervaren van iets moois dat eronder valt. Het spreekt voor zich dat dit een zeer subjectieve kwestie is en niet algemeen geldt. Tenslotte is ook de enabler 'resonance/relevance' hier van toepassing. Hoe vaak of hoe graag iemand leest en hoe comfortabel men is om over

boeken te praten is ook belangrijk om mee te nemen. Men kan ook de vraag stellen of de invloed van de JBM even groot zal zijn op iemand die al graag leest, zal dat kind dan nog liever lezen? Nog in het geval van 'resonance/relevance' kan hier worden aangevuld dat kinderen die vaak naar de bibliotheek gaan een positievere houding hebben tegenover lezen (Leesmonitor, 2017).

4.2.3. Meting

De JBM als praktijk is heel breed, het omvat een breed scala aan activiteiten. De impact in kaart brengen van de volledige JBM zou dus ook moeilijk en tijdsintensief zijn. Gemakkelijker is om van enkele gebeurtenissen binnen de JBM een kleinere impactstudie te doen en die resultaten te combineren. Bijvoorbeeld een impactmeting van een auteurslezing, van een specifiek evenement of een klas bevragen over de impact van het doeboekje en dergelijke meer.

Het is mogelijk om de vragenlijst die voor de podiumkunsten werd opgesteld aan te passen aan de constructen die in deze case werden gekozen. De lijst zou ook moeten aangepast worden aan het medium en de doelgroep. De JBM is namelijk voornamelijk op kinderen gericht. Het bevragen van kinderen vergt een andere vraagstelling en expertise. Expertise die te maken heeft met pedagogische aspecten die buiten het bereik van dit onderzoek vallen. De verkregen vragenlijst kan net zoals in de vorige categorie een leidraad vormen voor diepte-interviews en focusgroepen of kan op zich gebruikt worden als survey.

In deze casus kan kwantitatieve data een meerwaarde vormen. De doelstelling van de JBM is namelijk om kinderen liever te doen lezen en bijgevolg meer te doen lezen. Kwantitatieve data kan dit helpen sterk maken. Als kinderen na deelname aan de JBM bijvoorbeeld vaker boeken ontlenuw, of als een boek dat centraal stond tijdens een lezing meer uitgeleend wordt dan voordien, dan kan die invloed op zijn minst gedeeltelijk aan die activiteiten worden toegewezen.

Nog een belangrijk verschil met de vorige categorie zit in het gebruik van de enablers. Hierboven werd verdedigd dat leesbevordering vooral inzet op die enablers en op die manier impact toestaat tijdens het lezen. Het lezen zelf vindt echter pas na

afloop van de activiteiten van de JBM plaats. Impactmeting voor de JBM zou idealiter dus het verschil meten tussen de enablers voor en na de activiteit.

Bij de vorige editie, toen nog jeugdboekenweek, werden enkel bezoekcijfers bijgehouden. Dit jaar werd daar bovenop ook een enquête opgesteld die bij het personeel van alle deelnemende bibliotheken in Stad Antwerpen werd afgenomen. Het publiek of de bezoekers werden dus niet bevroegd. Er waren wel vragen die peilden naar de reacties van de kinderen, de leerkrachten en de ouders maar dat bleef vanuit de indruk van de bibliotheekmedewerkers (De volledige survey bevindt zich in bijlage vijf). Zoals eerder werd aangehaald in deze thesis is het belangrijk bij het meten van impact om de betrokkenen zelf te bevroegen.

In bijlage zes werd een aanzet voor een vragenlijst voor impactmeting van de JBM opgesteld die als leidraad kan dienen voor interviews of focusgroepen of zelfstandig als survey kan worden gebruikt. Zoals hierboven werd aangehaald wordt gekozen voor één activiteit, in dit geval een auteurslezing bezocht in schoolverband. In dat geval is de vragenlijst dus opgesteld voor kinderen. De lijst is echter niet het resultaat van pedagogische informatie en wordt dus best niet zomaar overgenomen. De nadruk ligt dus op het feit dat deze lijst een aanzet is ter illustratie waar verder mee aan de slag kan worden gegaan. De vragenlijst van de podiumkunsten werd als basis gebruikt en aangepast en aangevuld aan de hand van de impactbenadering relevant voor deze case.

4.3. IMMATERIEEL CULTUREEL ERFGOED

Het derde toepassingsgebied is erfgoed, meer bepaald immaterieel cultureel erfgoed. Het gaat hier met andere woorden niet om erfgoedinstellingen. Dat is namelijk een bevoegdheid die niet onder Lokaal Cultuurbeleid valt. In Antwerpen zijn de musea en kunst wel samen met LCB ondergebracht in één cultuurdienst, onderdeel van het departement cultuur, jeugd, sport en media.

Onder immaterieel cultureel erfgoed wordt door UNESCO het volgende verstaan:

de praktijken, voorstellingen, uitdrukkingen, kennis, vaardigheden – met inbegrip van de bijbehorende instrumenten, voorwerpen, artefacten en

culturele ruimtes – die gemeenschappen, groepen en, in sommige gevallen, individuen erkennen als deel van hun cultureel erfgoed. Dit immaterieel cultureel erfgoed, dat van generatie op generatie wordt overgeleverd, wordt voortdurend opnieuw gecreëerd door gemeenschappen en groepen in reactie op hun omgeving, hun interactie met de natuur en hun geschiedenis en geeft hun een gevoel van identiteit en continuïteit; hierdoor wordt het respect voor culturele diversiteit en menselijke creativiteit bevorderd. (UNESCO, 2011; p.2)

Immaterieel erfgoed gaat met andere woorden veelal om tradities die doorgegeven of gecreëerd worden.

4.3.1. Borgerhout Bewaart: context

Borgerhout Bewaart zet culinair erfgoed in de kijker en wil zo mensen dichterbij brengen. Tevens is het ook de bedoeling om mensen kennis bij te brengen over wat erfgoed precies is. Ze kozen er twee jaar geleden voor om de erfgoedwerking van Borgerhout in dit culinaire jasje te steken omdat ze van mening zijn dat eten een thema is dat voor iedereen toegankelijk is en aantrekkelijker is dan de term erfgoed op zich (I. Peeters, persoonlijke communicatie, 24/03/2017). Elke cultuur heeft wel iets met eten, een ideale manier om erfgoed bij de Borgerhoutse bevolking te introduceren. Het project Borgerhout Bewaart werd in 2016 gelanceerd en blijft lopen, het gaat dus over een langdurig project. Op de Erfgoeddag en De week van de smaak vinden er wel kernmomenten plaats. Tijdens De week van de smaak vinden tal van activiteiten plaats in samenwerking met lokale organisaties. Dit zorgt ervoor dat de buurt meer betrokken is bij het hele gebeuren. Door samenwerkingen aan te gaan bereiken ze ook heel wat moeilijk bereikbare doelgroepen die anders niet naar de activiteiten zouden komen. Het aspect gemeenschapshorigheid is dan ook zeer belangrijk binnen deze werking. Opnieuw een gegeven dat niet vanzelfsprekend in een cijfer kan worden uitgedrukt. Erfgoed toegankelijk maken bij een breed publiek en actieve participatie aan erfgoedprojecten horen verder tot de doelstellingen van de erfgoedwerking. Het bewaren van Borgerhout Bewaart gebeurt op dit moment vooral aan de hand van het project Changement de Bokal. Recepten van Borgerhoutenaren worden uitgewisseld in bokalen en bijgehouden op de website. Een project dat traag maar gestaag evolueert (I. Peeters, persoonlijke communicatie, 24/03/2017).

4.3.2. Impactbenadering

Voor Borgerhout Bewaart is het communale construct het meest van belang. Vooral bij de uiting van communale betekenis is de link met immaterieel erfgoed duidelijk. Beiden gaan om gedeelde waarden in een gemeenschap. Een uiting van communale betekenis werd eerder in deze thesis namelijk beschreven als het overbrengen van een boodschap waarnaar een volledige gemeenschap hunkert om ze uit te drukken en dat dit te maken kan hebben met de identiteit of geschiedenis van de gemeenschap. Immaterieel erfgoed is sterk verbonden met de identiteit van een gemeenschap. Verder kan het delen van dat erfgoed door middel van de activiteiten ingericht in het kader van Borgerhout Bewaart een bindend effect hebben. Nieuwe connecties kunnen gevormd worden, bestaande verstrekt. Dit construct en het cognitieve construct worden door Inne Peeters (persoonlijke communicatie, 16/05/2017), projectcoördinator van Borgerhout Bewaart als de belangrijkste voor deze case beschouwd. Het duidelijkste aspect van het cognitieve construct is hier het verruimen van de kennis over de wereld en het daarbij horende aangepaste wereldbeeld. Maar ook de kennis over zichzelf, door de kennis over het immateriële erfgoed van de gemeenschap waarin men leeft.

De drie andere constructen zijn voor deze case in mindere mate van belang. Het is bijvoorbeeld moeilijk om van een emotionele impact te spreken in het geval van immaterieel, of zelfs culinair erfgoed. Catharsis en empathie zijn bijvoorbeeld niet echt relevant bij immaterieel erfgoed. Dat wilt niet zeggen dat er geen emoties kunnen naar boven kunnen komen of dat hier geen (onbedoelde) impact van kan plaats vinden, de vraag blijft echter in welke mate dat interessant zou zijn om tijd en middelen in te steken. Ook het leren kennen van nieuwe kunstvormen ('aesthetic impact') komt in het geval van culinair erfgoed niet aan de orde. Voor 'well-being' kan wel iets meer gezegd worden. Misschien niet in de zin van captivatie of zichzelf verliezen in het gebeuren maar het ontspannende aspect van het ontsnappen aan de dagelijkse sleur kan hier ook plaatsvinden. Deze drie constructen worden niet in verdere besprekingen meegenomen.

Op het vlak van de enablers is laagdrempeligheid een codewoord. Zoals eerder aangehaald heeft dit te maken met de enabler 'opportunity/risk'. Hoe hoger de opportuniteiten zijn en hoe lager de risico's, hoe laagdrempeliger de praktijk. De keuze voor culinair erfgoed is hier al een voorbeeld van. Eten zou volgens de organisatoren namelijk een zeer toegankelijk thema zijn om erfgoed aan de man te brengen. Daarenboven werkt Borgerhout Bewaart voor bijvoorbeeld 'De week van de smaak' samen met allerlei plaatselijke organisaties en verenigingen, om hun leden gemakkelijker te bereiken. Een andere enabler die van belang is voor deze case is 'experience/absence of distraction'. De activiteiten gaan namelijk door in een gemoedelijke sfeer. De overige enablers zijn hier minder toepasbaar.

Een aspect dat wel nog moet worden vermeld is de 'bequest value'. De vrijwillige medewerkers aan de activiteiten van bijvoorbeeld 'De week van de smaak' geven mee dat ze het heel fijn vinden om hun tradities te kunnen doorgeven (I.Peeters, persoonlijke communicatie, 24/03/2017). Dat is een gegeven dat ook in de 'bequest value' aanwezig is, alleen gaat het daar om de economische waarde die eraan gekoppeld wordt. Op die manier is het aspect van de economische impact, dat niet wordt meegenomen in het huidige onderzoek. Wanneer de 'bequest value' niet gemonetariseerd wordt past het echter wel in 'de waarde van de praktijk voor de betrokkenen'.

4.3.3. Meting

Momenteel vindt er geen uitgebreide formele evaluatie van de activiteiten van Borgerhout Bewaart plaats. De partners van 'De week van de smaak' werden via mail gevraagd het aantal bezoekers door te geven, alsook de algemene tevredenheid, welk promomateriaal ze gebruikten, of de verwachtingen in verband met samenwerking met het district werden ingelost, en of ze suggesties hadden voor de toekomst wat betreft het belichten van het erfgoedaspect. De projectcoördinator schrijft verder enkele persoonlijke bevindingen neer gebaseerd op eigen ervaring en informele gesprekken of reacties van deelnemers en vrijwilligers. Buiten de korte mailing voor partners worden dus geen andere betrokkenen bevraagd.

In deze case zijn verschillende doelgroepen aanwezig. Vrijwilligers die meewerken aan het project en iets met de gemeenschap willen delen en bezoekers die veelal buurtbewoners zijn. Het is belangrijk om een onderscheid te maken tussen deze groepen wanneer impact wordt geëvalueerd. De impact die een vrijwilliger ondervindt kan namelijk van een andere aard zijn dan dat het geval is bij een bezoeker. Dezelfde elementen kunnen bij beide groepen worden bevraagd maar dan moet in elk geval worden meegenomen tot welke groep de participant behoort.

In bijlage zeven werd een aanzet voor een vragenlijst voor impactmeting van de Borgerhout Bewaart opgesteld. Net zoals het geval is in de voorgaande cases kunnen de vragen gebruikt worden tijdens interviews en focusgroepen of als survey dienen. De vragenlijst van de podiumkunsten werd als basis gebruikt een aangepast en aangevuld aan de hand van de impactbenadering relevant voor deze case.

4.4. CULTUREEL ONDERNEMERSCHAP

De laatste categorie is die van het cultureel ondernemerschap. Mieke van Geel (persoonlijke communicatie, 12/05/2017) licht toe dat dit onder invloed van het publiek een onderdeel is geworden van het LCB. Door de opkomende zogenaamde DIY-cultuur ('Do it yourself') is LCB volgens haar namelijk mee op de kar van het cultureel ondernemerschap gesprongen. Cultureel ondernemerschap wordt door Giep Hagoort (2014) als volgt gedefinieerd:

Cultureel ondernemerschap betekent hier dat gewerkt wordt vanuit een eigen culturele visie en missie, daarbij balancerend tussen kunstzinnige ambities en economische mogelijkheden. Er wordt ook mede een verantwoordelijkheid getoond voor de culturele infrastructuur in de eigen omgeving. (p.439).

Bij cultureel ondernemerschap staat met andere woorden de financiële werkbaarheid van een kunstzinnig idee centraal. Dat betekent overigens niet dat de overheid geen rol als ondersteuner moet hebben. *“Door de immateriële, symbolische waarde van kunst en cultuur die de samenleving op zelfstandige wijze verrijkt en kracht geeft, is*

volgens Europese maatstaven een blijvende betrokkenheid van de overheid van groot belang.” (Hagoort, 2014; p.439).

4.4.1. Pop up to date: context

Het project ‘Pop up to date’ is volgens Mieke van Geel (persoonlijke communicatie, 12/05/2017) een mooi voorbeeld van een project waarmee ingespeeld wordt op de noden van de maatschappij, in dit geval het aan belang winnende cultureel ondernemerschap. Pop up to date is een samenwerking tussen CC Berchem en Berchem Creatives. In de Driekoningen- en Statiestraat worden leegstaande panden gedurende twee maanden voor €150 verhuurd aan jonge creatieven. Deze mogen hier gedurende die periode een eigen pop-up zaak in inrichten. Het project heeft verschillende pijlers als doelstellingen waarvoor telkens impact kan worden nagegaan. De eerste doelstelling is het tegengaan van leegstand in de buurt. Door de panden in te richten wordt aan geïnteresseerde huurders of kopers van het pand aangetoond wat de mogelijkheden van de ruimtes zijn. Een (tijdelijke) herbestemming van een structureel leegstaand pand biedt namelijk meer kansen voor de toekomst (Van der Voordt en Remøy, 2014). De impact hiervan is momenteel duidelijk uit het feit dat tachtig procent van de panden na afloop van het project verhuurd of verkocht worden (T. Mallentjer, persoonlijke communicatie, 10/03/2017). Ten tweede wil het project jonge creatieven een duw in de rug geven en hen de kans aanbieden om aan publieksuitbreiding te doen, na te gaan of een winkel voor hen haalbaar is, hen een leerschool en verdere ontwikkeling aanbieden. Heel wat creatieven uit vorige edities hebben nu een eigen zaak, wat al deels de persoonlijke impact voor deze mensen aantoont. Hoeveel ze aan het project te danken hebben kan echter niet louter in een percentage worden uitgedrukt. Ook de derde pijler is minder gemakkelijk in cijfers te vatten. Pop up to date wil graag een positieve invloed hebben op de reputatie van Berchem als creatief district. Berchem is een buurt waar veel jonge creatieven komen wonen aangezien het dicht bij de grote stad is gelegen maar toch een beter betaalbare huur- en koopmarkt heeft. Berchem wilt het creatieve imago graag verder uitspelen en in het straatbeeld terug te vinden krijgen (T. Mallentjer, persoonlijke communicatie, 10/03/2017).

4.4.2. Impactbenadering

Op het eerste zicht lijkt deze case misschien de vreemde eend in het groepje, en minder gemakkelijk in de termen van impact die hier werkbaar zijn te vatten of te omschrijven. Het is namelijk een project waarbij het economische zeer belangrijk is. Dat blijkt al uit de definitie van cultureel ondernemerschap, waar de balans tussen het economische en het artistieke wordt gemaakt. De vraag naar het financieel haalbare van de projecten van de deelnemers is overigens vaak een van de redenen om deel te nemen aan het overkoepelende project. Het is verder ook een belangrijke drijfveer voor de uitbaters die hun ruimte voor een voordelige prijs ter beschikking stellen, zij willen namelijk vaak op die manier een koper of vaste huurder vinden. Een derde groep mensen waarvoor het project economisch van belang is zijn de vaste uitbaters uit de buurt. Het project lokt namelijk een ander dan het dagelijkse kooppubliek naar de buurt. De uitbaters zeggen zelf ook een betere verkoop te hebben tijdens Pop up to date. Als het project met andere woorden economisch niet zou renderen zou een volgende editie niet kunnen doorgaan of zouden er geen kandidaten bij zowel de creatieven als de uitbaters zijn en minder of zelfs geen draagkracht bij lokale handelaars (T.Mallentjer, persoonlijke communicatie, 22/05/2017). Deze aspecten zijn dus zeker belangrijk bij een impact-meting of evaluatie. In dit onderzoek wordt er echter niet dieper op het economische ingegaan.

De draagkracht door de buurt waarover hierboven sprake vormt wel een aanleiding voor een ander impactconstruct, namelijk het gemeenschapsvormende. Door de economische voordelen die de handelaars uit de buurt ervaren ondersteunen ze het project (nog) meer. De draagkracht van het project zit niet alleen bij de lokale handelaars maar ook bij andere buurtbewoners. De deelnemers zijn vaak jonge mensen die hard werken om hun project waar te kunnen maken, dat zorgt bij de buurtbewoners voor heel wat steun. Zo vertelt Tine Mallentjer (persoonlijke communicatie, 22/05/2017) dat buurtbewoners de deelnemers vaak koffie of taart brengen, of dat ze gewoon iets kopen om de jonge ondernemers te steunen. Er ontstaat dus een gevoel van saamenhorigheid met de ondernemers die opgenomen worden in de gemeenschap (sociale inclusie), het is een project dat leeft in de buurt.

Het project draagt verder bij aan het sociaal kapitaal van de buurt. Buurtbewoners worden namelijk gestimuleerd om in de eigen buurt te consumeren en misschien zelf te ondernemen. Affiniteit hebben met Berchem is bijvoorbeeld ook een pluspunt bij de selectie van de deelnemers. Het connectie aspect van het construct 'communal value' is in deze case vooral van toepassing op het niveau van de deelnemers, zij komen in contact met andere creatieven, kunnen hun publiek uitbreiden en dergelijke meer. Ze vergroten met andere woorden hun netwerk.

Een ander construct dat tot op bepaalde hoogte aanwezig is, is de esthetische impact. De uitbaters zijn hier een goed voorbeeld voor. De meeste uitbaters zijn van allochtone afkomst en zijn vaak nog niet in contact gekomen met dergelijke creatieve projecten. De reacties achteraf zijn wel steeds lovend. Ook voor de buurtbewoners geldt het leren kennen van nieuwe kunstvormen. Doordat de pop up winkels worden ingebed in een drukbezochte winkelstraat voor dagelijkse aankopen krijgen de buurtbewoners de projecten gewoon te zien als ze op weg zijn naar de supermarkt (T. Mallentjer, persoonlijke communicatie, 22/05/2017). Hieruit blijkt ook het laagdrempelige van het volledige project. Eén van de projecten van de editie dit jaar kan ook als voorbeeld voor het laagdrempelige dienen. King of Pong is een creatieve benadering van een hal waar tafeltenniswedstrijden doorgaan. Moskeegangers en jongeren spelen er samen een potje tafeltennis, het is een biotoop waar iedereen zich op zijn gemak voelt en echt relaties kunnen ontstaan (T. Mallentjer, persoonlijke communicatie, 22/05/2017). Dit is uiteraard opnieuw een indicatie van het gemeenschaps-vormende.

Een van de doelstellingen van Pop up to date is om de creatieve reputatie van Berchem in de hand te werken. Om die reden zijn het niet zomaar tien nieuwe winkels die naar de stad komen maar tien winkels waar de bewoners fier op kunnen zijn (T. Mallentjer, persoonlijke communicatie, 22/05/2017). In dat kwaliteitsvolle aspect zit de waarde voor de betrokkenen, hier het publiek. Ze kunnen fier zijn op hun stad. Andere impactconstructen zijn minder belangrijk voor Pop up to date. Er kan in sommige gevallen wel gesproken worden van ontsnappen aan dagelijkse sleur, bijvoorbeeld bij King of Pong, maar dat is sterk afhankelijk van de creatieve ondernemersprojecten en niet van het geheel.

4.4.3. Meting

Van de vorige editie (de huidige loopt nog tot 1 juli 2017) van Pop up to date werd ter evaluatie een vragenlijst opgesteld voor de deelnemende creatieve ondernemers. Daarin worden de deelnemers aan de hand van open vragen bevraagd over het concept van het volledige project, de informatie en ondersteuning die ze kregen, communicatie, zelfevaluatie en toekomstplannen. Een voorbeeld van een dergelijke evaluatie kan worden geconsulteerd in bijlage acht. Met de uitbaters of het publiek vindt geen formele evaluatie plaats.

Een eerste opmerking die moet gemaakt worden als het over de meting van Pop up to date gaat, is dat een aantal kwantitatieve data zeker van belang zijn bij het evalueren van de impact van deze case. Eén van de doelstellingen van deze case is namelijk om de leegstand in Berchem te verminderen of zelfs tegen te gaan. Dergelijke doelstelling kan heel gemakkelijk met cijfermateriaal in beeld worden gebracht. Hoe lang duurt het na afloop van het project eer de panden zijn verhuurd? Zijn er effectief minder leegstaande panden na het project dan ervoor? En zijn de panden x aantal maanden na het project nog steeds verhuurd? Dit zijn allemaal vragen die met cijfermateriaal beantwoord kunnen worden en moeten meegenomen worden in het beoordelen van die doelstelling.

Verder moet hier ook worden gemeld dat bij deze case op verschillende niveaus impact kan plaatsvinden. Er is niet alleen private en maatschappelijk impact maar er is ook een verschil tussen de impact voor deelnemers en voor het publiek. Een onderscheid dat zeker moet worden gemaakt.

Ook voor deze case werd een aanzet gemaakt voor een vragenlijst om te gebruiken tijdens interviews, focusgroepen of surveys. Het voorbeeld maakt gebruik van het niveau van de bezoeker, niet dat van de ondernemers. Opnieuw werd de lijst van de podiumkunsten als vertrekpunt gebruikt en werd deze aangepast aan de hand van de impactbenadering van deze case.

4.5. ALGEMENE METHODIEK

Na het bespreken van de verschillende bestaande methodes en technieken, en het behandelen van de verschillende categorieën en hun case kan een algemene methodiek worden geëxtraheerd. Deze methodiek wordt opgesteld aan de hand van een beknopt stappenplan. Relevante methodes die bij de stap kunnen worden gebruikt worden steeds vermeld.

Stap 1: Veranderingstheorie

Stap één en twee vormen samen de “denkfase”. Tijdens deze fase wordt samen met verschillende betrokkenen nagedacht over de eigen praktijk. De eerste stap is het uitwerken van een ToC. Er wordt nagedacht over de beoogde of verwachte doelstellingen wat betreft niet-instrumentele impact en welke indicatoren hierop kunnen wijzen. Voor deze stap kan gebruik gemaakt worden van de ‘intentional design’ fase van de methode Outcome Mapping. GEM of Contribution analysis kunnen eventueel ook worden gebruikt. Het is belangrijk dat voor deze fase voldoende tijd wordt uitgetrokken en dat dit niet snel door één persoon wordt gedaan.

Stap 2: Impactbenadering

In de tweede stap wordt onder meer aan de hand van de opgestelde ToC gekeken van welke impactbenadering wordt uitgegaan. Naast de ToC zijn ook doelstellingen, evaluaties van vorige edities, literatuur en dergelijke meer belangrijke informatie om hier mee te nemen. Er wordt in deze fase bepaald welke impactconstructen en enablers (uit het model opgesteld in het theoretisch kader) van belang zijn voor de praktijk. Opnieuw is het belangrijk om deze fase niet zomaar voorbij te laten gaan en dit tot stand te laten komen in overleg met andere betrokkenen.

Stap 3: Data verzameling

Aan de hand van de impactbenadering en de ToC kunnen vragenlijsten worden opgesteld. De vragenlijsten die zich in bijlagen vier, zes, zeven en negen bevinden kunnen hier een aanzet of inspiratie voor vormen. Deze moeten weliswaar naar de

eigen impactbenadering, doelgroep en praktijk worden aangepast en aangevuld. Verder moet aan de aanzet-vragenlijsten ook een stuk worden toegevoegd waarin gepeild wordt naar algemene gegevens van de participant. Zaken zoals leeftijd, geslacht, opleidingsgraad en dergelijke meer kunnen namelijk een rol spelen bij de analyse van de resultaten (ITC et al., 2005). De bekomen vragenlijst kan een leidraad vormen voor interviews of focusgroepen, maar kan ook op zichzelf staan als survey. Hoe meer open de vragen zijn en hoe meer participanten gestimuleerd worden uitgebreid te antwoorden, misschien zelfs verhalend te antwoorden (storytelling), hoe groter de kans dat er diepgaand materiaal wordt verzameld. Echter ook hoe meer tijdsintensief het verzamelen en verwerken is. Vragen kunnen vaak ook door middel van een Likertschaal of meerkeuze vragen worden bevestigd, de kwalitatieve data wordt dan tot op bepaalde hoogte gekwantificeerd. In dat geval kan enkele diepgang verloren gaan.

Stap 4: Bewijsverzameling

De volgende stap betreft het verzamelen van extra bewijs die de impact eventueel kan bevestigen of de link tussen de impact en de praktijk sterker kan maken. Het bewijsmateriaal kan gaan om bestaande documenten of gegevens (documentanalyse), wetenschappelijke literatuur of bestaand cijfermateriaal. De kwantitatieve gegevens over leegstand waarover sprake in de case van Pop up to date, of leencijfers bij de bibliotheken passen in deze stap. Het verzamelen van bewijs in deze stap is in navolging van de methodes MLE en Outcome Harvesting.

Stap 5: Analyse en rapportering

In deze stap wordt de verzamelde data in de eerste plaats geanalyseerd. In het geval van storytelling kan een tool als Sensemaker bijvoorbeeld worden gebruikt. Maar ook voor het verwerken van interviews is er heel wat software beschikbaar, bijvoorbeeld NVivo (QSR International, 2017). De hulp inschakelen van een expert is hier zeker aangeraden (expertanalyse). Indien GEM of contribution analysis gebruikt worden in stap één komen deze hier ook terug. Het elimineren bij GEM en toewijzen bij

Contribution analysis. Na de analyse volgt ten slotte het rapporteren van de uitkomsten.

5. DISCUSSIE

Het meten van impact is geen evidente aangelegenheid waar overigens heel wat middelen en tijd voor moeten worden ingezet. Daarenboven is het erg moeilijk, zo niet onmogelijk, om zuivere causaliteit hard te maken. Daardoor komt de vraag of het meten van impact wel zinvol is gemakkelijker naar boven. Het kan niet de bedoeling zijn om gewoon zomaar impact te meten en met geld te smijten omdat dat een hip begrip is. De kosten en baten ervan moeten steeds worden afgewogen vooraleer aan impactmeting wordt gedaan. Het is dan ook belangrijk om na te denken over wat men wil bereiken met een impactmeting, wat wil men stimuleren. Ook het nadenken over de impact zelf is een belangrijke schakel in het proces. Het zorgt ervoor dat je stilstaat bij die invloed die je wil hebben of onbedoeld hebt. Dat op zich kan al interessante inzichten opleveren.

Vaak is het aanvragen van subsidies een insteek om een impactmeting uit te voeren. Een aantal subsidiedossiers vragen ook letterlijk om de impact van een project in kaart te brengen. Zo zegt Tine Mallentjer (persoonlijke communicatie, 22/05/2017) dat een impactmeting een doorslaggevende factor kan zijn bij beoogde schaalvergrotingen van een project. een project dat eerst lokaal wordt uitgevoerd en succes krijgt, waarna de ambitie ontstaat om het bijvoorbeeld in heel Vlaanderen in te richten. Een impactmeting van het eerste lokale project kan een extra stimulans zijn om het effectief in Vlaanderen te ondersteunen.

6. CONCLUSIES

In deze thesis werd een ontwerpgericht onderzoek uitgevoerd om een meer diepgaande vorm van impactmeting bij LCB Antwerpen te vinden. In de kennisfase van dat ontwerpgericht onderzoek werd in de eerste plaats aan de hand van inductief literatuuronderzoek een model van impact opgesteld naar aard en niveau van de

impact. Er werden negen constructen van impact bepaald en zes enablers die ervoor zorgen dat de impact tot stand komt. Vervolgens werd de keuze gemaakt om enkel verder te gaan met de niet-instrumentele impactconstructen. Dit omdat het volledige model het onderzoek te ver zou leiden, er voor het instrumentele al wat bewijsmateriaal beschikbaar is en er meer nood is naar onderzoek naar het intrinsieke. Het verschil tussen de termen intrinsiek en niet-instrumenteel ligt in het feit dat constructen op de grens tussen intrinsiek en instrumenteel ook worden meegenomen in het niet-instrumentele. De onderzoeksvraag van deze thesis luidde bijgevolg:

Op welk manier kan de niet-instrumentele impact van culturele evenementen binnen lokaal cultuurbeleid adequater in kaart worden gebracht?

De hypothese van het onderzoek omvatte enkele verwachtingen. Zo werd verwacht dat er verscheidene mogelijkheden zijn om met kwalitatief onderzoek de reeds bestaande kwantitatieve metingen aan te vullen en zo een duidelijker beeld te geven van de impact van evenementen binnen lokaal cultuurbeleid. Dit op een systematische manier implementeren zou echter wel een zeer tijdsintensieve zaak kunnen zijn. Beide zaken kunnen na afloop van het onderzoek worden bevestigd.

De kennisfase van het onderzoek bestond in de tweede plaats uit een wandeling langs verschillende zaken die belangrijk zijn bij het meten van impact en een bloemlezing van enkele relevante methodes en technieken. Geen enkele van de bestaande methoden en technieken leek op zich te kunnen staan. Een combinatie van verschillende technieken en methodes zou dus nodig zijn.

De tweede fase binnen ontwerpgericht onderzoek in deze thesis wordt gevormd door de praktijk. Aan de hand van vier categorieën werd impactmeting binnen LCB behandeld. Voor elk van de vier categorieën werd een impactbenadering beschreven en vervolgens een aanzet gedaan voor een vragenlijst die zou kunnen gebruikt worden in een verder stadium. Drie van de vier categorieën werden overigens begeleid door een praktische case uit de werking van LCB Antwerpen.

De derde en laatste fase van het ontwerpgericht onderzoek is de oplossing. Uit de kennis en de praktijk werd een algemene methodiek geëxtraheerd die uit vijf stappen bestaat en verschillende methodes en technieken combineert.

1. Veranderingstheorie: “Denkfase”. Uitwerken ToC. Nadenken over de beoogde of verwachte doelstellingen wat betreft niet-instrumentele impact en welke indicatoren hierop kunnen wijzen. Voor deze stap kan gebruikt worden van de intentional design fase van de methode Outcome Mapping. GEM of Contribution analysis kunnen eventueel ook worden gebruikt. Het is belangrijk dat voor deze fase voldoende tijd wordt uitgetrokken en dat dit niet snel door één persoon wordt gedaan.
2. Impactbenadering: “Denkfase”. Aan de hand van ToC, doelstellingen, evaluaties vorige edities, literatuur, ... bepalen welke impactconstructen en enablers (uit het impactmodel) van belang zijn voor de praktijk. Opnieuw is het belangrijk om deze fase niet zomaar voorbij te laten gaan en dit tot stand te laten komen in overleg met andere betrokkenen.
3. Data verzameling: “Datafase”. Aan de hand van de impactbenadering en de ToC kunnen vragenlijsten worden opgesteld die een leidraad vormen voor interviews of focusgroepen, of op zichzelf staan als survey. Hoe meer open de vragen zijn en hoe meer participanten gestimuleerd worden uitgebreid te antwoorden, misschien zelfs verhalend (storytelling). Vragen kunnen vaak ook door middel van een Likertschaal of meerkeuzevragen worden bevraagd, de kwalitatieve data wordt dan tot op bepaalde hoogte gekwantificeerd.
4. Bewijsverzameling: “Datafase”. Verzamelen van extra bewijs die de impact eventueel kan bevestigen of de link tussen de impact en de praktijk sterker kan maken. Het bewijsmateriaal kan gaan om bestaande documenten of gegevens (documentanalyse), wetenschappelijke literatuur of aanvullende kwantitatieve gegevens. Het verzamelen van bewijs in deze stap is in navolging van de methodes MLE en Outcome Harvesting.
5. Analyse en rapportering: “Eindfase”. Analyseren en rapporteren van de verzamelde data aan de hand van bestaande tools zoals Sensemaker of NVivo. De hulp van een expert is hier zeker aan te raden (expertanalyse). Indien GEM of Contribution analysis gebruikt worden in stap één komen deze hier ook terug.

SUGGESTIES VOOR VERDER ONDERZOEK

In deze thesis wordt een oplossing op het veldprobleem geopperd. De praktische haalbaarheid en uitvoerbaarheid van de voorgestelde oplossing kon in dit onderzoek, wegens het tijds kader niet worden nagegaan. Dit moet in de eerste plaats worden onderzocht.

Verder rijst in de literatuur (onder meer Walmsley, 2016) de vraag waarom we de culturele waarden ervaren. Het huidige onderzoek kan ook met dergelijke inzichten worden uitgebreid.

BIBLIOGRAFIE

- Agentschap sociaal-cultureel werk.** (2013). *Toelichting decreet van 6 juli 2012 betreffende het Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen en Gent*. Agentschap sociaal cultureel werk. Retrieved from http://www.sociaalcultureel.be/doc/Doc_LOKAAL/2013/20130704%20Admin%20toelicht%20LCB%20Antwerpen%20en%20Gent.pdf; (16/05/2017).
- Au, W. T., Ho, G. & Chan, K. W. C.** (2017). An empirical investigation of the Arts Audience Experience Index. *Empirical Studies of the Arts*, 35(1). 27-46.
- Baarda , B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., de Goede, M., Peters, V. & van der Velden, T.** (2013). *Basisboek kwalitatief onderzoek: Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen: Noordhoff.
- Baxter, L., O'Reilly, D. & Carnegie, E.** (2013). Innovative methods of inquiry into arts engagement. In *The Audience experience: A critical analysis of audiences in the performing arts*. Radbourne, J., Glow, H. & Johanson, K. (red.). Bristol: Intellect. p.113-128.
- Berghmans, M., Deprez, S., Celis, H. & Vandenabeele, J.** (2014). *Peilen naar de impact van sociaal-culturele praktijken*. Brussel: Socius.
- Belfiore, E & Bennet, O.** (2007b). Determinants of impact: Towards a better understanding of encounters with the arts. *Cultural Trends*, 16(3). 225-275.
- Bibliotheek Antwerpen [BibAntwerpen].** (2016, 16 maart). *GerdaDendooven v2 H264 HD 1280*. [Video file]. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=NslNzNNOPVw> (26/04/2017).
- Biebaw, K.** (2016). Hoe maak je de bibliotheek weer relevant? *Rekto:verso*, 73. Retrieved from: <http://rektoverso.be/artikel/hoe-maak-je-de-bibliotheek-weer-relevant> (19/05/2017).
- Boorsma, M.** (2007). De meerwaarde van klantwaarde voor het kunstleven. In *Cultuurcentra in een veranderende samenleving*. Schramme, A. & Gillard, E. (red). Leuven: LannooCampus. 131-155.

- Brown, A. & Novak, J.** (2007). *Assessing the intrinsic impacts of a live performance*. WolfBrown.
- Catley, A., Burns, J., Abebe, D., & Suji, O.** (2007). *Participatory impact assessment. A Guide for Practitioners*. Feinstein International Center. Medford: Tufts University.
- Ceustermans, C.** (2016). De neergang van de stedelijke bibliotheek. *Rekto:verso*, 73. Retrieved from: <http://www.rektoverso.be/artikel/de-neergang-van-de-stedelijke-bibliotheek> (19/05/2017).
- Clark, C., Rosenzweig, W., Long, D., & Olsen, S.** (2004). *Double Bottom Line Project Report: Assessing Social Impact in Double Line Ventures, Methods Catalog*. Columbia Business School.
- De Krook.** (2015). Project: Visie. *De Krook*. Retrieved from: <http://dekrook.be/project/visie> (23/03/17).
- Federatie sociaal-cultureel werk.** (2015). *RIP decreet lokaal cultuurbeleid*. Federatie sociaal-cultureel werk. Retrieved from: <http://www.fov.be/spip.php?article2120> (04/05/2017).
- Foreman-Wernet, L. & Dervin, B.** (2013). In the Context of Their Lives: How Audience Members Make Sense of Performing Arts Experiences. In *The Audience experience: A critical analysis of audiences in the performing arts*. Radbourne, J., Glow, H. & Johanson, K. (red.). Bristol: Intellect. p.67-82.
- Gatz, S.** (2014). *Beleidsnota 2014-2019. Cultuur*. Brussel: Kabinet van Sven Gatz, Vlaams minister van Cultuur, Media en Jeugd en Brussel.
- Gielen, P., Elkhuzen, S., van den Hoogen, Q., Lijster, T. & Otte, H.** (2014). *De waarde van cultuur*. Brussel: Socius.
- Hagoort, G.** (2014). Cultureel ondernemerschap. Balanceren tussen verbeeldingskracht en klinkende munt. In *Cultuurmanagement, De regels van de kunst*. Schramme, A., Verbergt, B., De Corte, D. & De Pelsmaecker, P. (red). Tiel: Uitgeverij Lannoo. p.435-474.
- Harvard Kennedy School.** (2017) *About social capital*. Harvard Kennedy School. Retrieved from: <https://www.hks.harvard.edu/programs/saguaro/about-social-capital> (18/04/2017).

- Holden, J.** (2004). *Capturing cultural value: How culture has become a tool of government policy*. London: Demos.
- Hvenegaard Rasmussen, C.** (2016). The participatory public library: The Nordic experience. *New Library World*, 117(9/10). 546-556.
- Iedereen Leest.** (2017). *Wat doen we?* Iedereen Leest. Retrieved from: <http://www.iedereenleest.be/#expertise> (25/05/2017).
- Independent Theatre Council (ITC), The Society of London Theatre & Theatrical Management Association** (2005). *Capturing the audience experience: A handbook for the theatre*. London: New economics foundation.
- Johanson, K. (2013).** Listening to the audience: Methods for a new era of audience research. In *The Audience experience: A critical analysis of audiences in the performing arts*. Radbourne, J., Glow, H. & Johanson, K. (red.). Bristol: Intellect. p.161-171.
- LCB Antwerpen.** (2015). *VisieLCB_Waarden_20151029*. Lokaal Cultuurbeleid Antwerpen: interne documentatie.
- Leesmonitor.** (2017). *Leesmonitor*. Stichting Lezen. Retrieved from: <https://www.leesmonitor.nu/> (25/05/2017).
- Maas, K. & Liket, K.** (2011). Social impact measurement: classification of methods. In *Environmental management accounting and supply chain management*. Burrit, R., Schaltegger, S., Bennet, M., Pohjola, T. & Csutora, M. (red.). Eco-Efficiency in Industry and Science (27). p.171-202.
- Matarasso, F.** (1996). *Defining values. Evaluating arts programmes*. Stroud: Comedia.
- McCarthy, K., Ondaatje, E., Zakaras, L. & Brooks, A.** (2004). *Gifts of the muse: Reframing the debate about the benefits of the arts*. RAND corporation.
- Mommaas, H.** (2007). Publiek cultuurbeleid in een tijdperk van culturele overvloed. In *Cultuurcentra in een veranderende samenleving*. Schramme, A. & Gillard, E. (red). Leuven: LannooCampus. 87-104.
- Morra, L. & Friedlander, A.** (1999). *Case study evaluations*. Washington: Operations Evaluations Department World Bank.

- Partal, A. & Dunphey, K.** (2016). Cultural impact assessment: A systematic literature review of current methods and practice around the world. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 34(1). 1-13.
- QSR International.** (2017). What is NVivo? *QSR International*. Retrieved from: <http://www.qsrinternational.com/what-is-nvivo> (29/05/2017).
- Rarbourne, J., Glow, H. & Johanson, K.** (2010). Measuring the intrinsic benefits of arts attendance. *Cultural Trends*, 19(4). 307-324.
- Radbourne, J., Glow, H. & Johanson, K.** (2013) Knowing and measuring the audience experience. In *The Audience experience: A critical analysis of audiences in the performing arts*. Radbourne, J., Glow, H. & Johanson, K. (red.). Bristol: Intellect. p.3-13.
- Schramme, A.** (2007). Cultuur- en gemeenschapscentra vanuit cultuurhistorisch perspectief. In *Cultuurcentra in een veranderende samenleving*. Schramme, A. & Gillard, E. (red). Leuven: LannooCampus. 181-205.
- Schramme, A.** (2014). Cultuur, overheid en beleid. In *Cultuurmanagement, De regels van de kunst*. Schramme, A., Verbergt, B., De Corte, D. & De Pelsmaecker, P. (red). Tielt: Uitgeverij Lannoo. p.25 -94.
- Schramme, A.** (2016). Perspectieven en uitdagingen Lokaal Cultuurbeleid. [Powerpoint slides]. Ter beschikking gesteld in het kader van de lessen 'Beleid en context van kunst en cultuur'.
- Stad Antwerpen.** (2017). *Doelstellingenboek Bruisende Stad*. Stad Antwerpen: interne documentatie.
- Stad in cijfers.** (2017). *Jaarcijfers bibliotheek Permeke (Antwerpen)*. Antwerpen: Stad Antwerpen, Cultuur, Sport en Jeugd. (23/03/17)
- Sociale Innovatiefabriek.** (2017). *ImpactWizard*. Sociale Innovatiefabriek. Retrieved from: <https://www.impactwizard.eu> (15/05/2017).
- Taplin, D., Clark, H., Collins, E. & Colby, D.** (2013). *Theory of Change. Technical papers. A series of papers to support development of Theories of Change based on practice in the field*. New York: ActKnowledge.

- Treacy, M. & Wieresma, F.** (1993). Customer intimacy and other value disciplines. *Harvard Business Review*, 71(1). 84-93.
- UNESCO.** (2011). Verdrag inzake de bescherming van het immaterieel cultureel erfgoed. In *Tractatenblad van het Koninkrijk der Nederlanden, n°151*.
- Van Aken, J. & Andriessen, D.** (2011). *Handboek ontwerpgericht wetenschappelijk onderzoek*. Den Haag: Boom Lemma.
- Vanclay, F., Esteves, A., Aucamp, I. & Franks, D.** (2015). *Social Impact Assessment: Guidance for assessing and managing the social impacts of projects*. Fargo ND: International Association of Impact Assessment.
- Vanderheyden, K.** (2016). *Vernieuwende bibliotheekmodellen in openbare bibliotheken en in bibliotheken van het hoger onderwijs: van gescheiden werelden naar wederzijdse inspiratie*. Gent: VSPW Gent.
- Van der Voordt, T. & Remøy, H.** (2014). Tijdelijke herbestemming van leegstaand vastgoed. *Boss Magazine*, 50. 21-26.
- Van Gorp, H., Delabastita, D. & Ghesquiere, R.** (2007). *Lexicon van literaire termen*. Groningen: Noordhoff Uitgevers B.V.
- Verhasselt, E. & Stoop, R.** (2016). Intussen in de beleidspraktijk: Op zoek naar relevantie in data. *Stuur*, 5(4). 24-27.
- Verbergt, B.** (2014). Algemeen en strategisch management. In *Cultuurmanagement, De regels van de kunst*. Schramme, A., Verbergt, B., De Corte, D. & De Pelsmaecker, P. (red). Tiel: Uitgeverij Lannoo. p.95-192.
- Vlaams Parlement.** (2015). *Ontwerp van decreet tot wijziging van diverse decreten houdende de subsidiëring aan de lokale besturen en tot wijziging van het decreet van 5 juli 2002 tot vaststelling van de regels inzake de dotatie en de verdeling van het Vlaams Gemeentefonds*. Brussel: Vlaams Parlement.
- Vlaamse regering.** (2014). *Regeerakkoord Vlaamse regering 2014-2019*. Brussel: Departement Kanselarij en Bestuur.
- Waegeman, K.** (Red.). (2013). *Decreet van 6 juli 2012 betreffende het Lokaal Cultuurbeleid: Openbare bibliotheken in Vlaanderen*. Brussel: Departement Cultuur, Jeugd en Media. Afdeling Sociaal-Cultureel Werk.

- Walmsley, B.** (2013). "A big part of my life": A qualitative study of the impact of theatre. *Arts Marketing: An International Journal*, 3(1). 73-87.
- Walmsley, B.** (2016). Deep hanging out in the arts: An anthropological approach to capturing cultural value. *International Journal of Cultural Policy*, 0(0). 1-20.
- White, T. & Hede, A.** (2008). Using narrative inquiry to explore the impact of art on individuals. *The Journal of Arts Management, Law and Society*, 38(1). 19-31.

BIJLAGEN**BIJLAGE 1: ALAN S. BROWN & ASSOCIATES LLC IMPACT SURVEY**

ID# _____

**SURVEY PART 1, TO BE COMPLETED PRIOR TO THE PERFORMANCE**

If you have already received a copy of this survey, please pass your survey package to the person on your left. Only adults age 18+ are eligible to respond. Your answers are confidential. When you are done, return your survey to a survey volunteer.

We can only use your answers if both parts of the survey are completed. Part 2 of the survey is enclosed, along with a postage-paid reply envelope. Please complete Part 2 when you get home – no later than 24 hours after the performance. Thank you for participating in this groundbreaking national study of arts audiences.

BEGIN HERE

1. How familiar are you with the Soweto Gospel Choir? *(circle a number)*

<u>Unacquainted</u>	2	3	4	<u>Very familiar</u>
1-----	-----	-----	-----	-----5
2. Have you previously attended a performance by the Soweto Gospel Choir?
 No Yes – Once before Yes – More than once before
3. How familiar are you with the specific piece(s) or repertoire that will be performed?

<u>Unacquainted</u>	2	3	4	<u>Very familiar</u>
1-----	-----	-----	-----	-----5
4. Indicate your level of familiarity, generally, with folk or traditional music of African cultures.

<u>Unacquainted</u>	2	3	4	<u>Very Familiar</u>
1-----	-----	-----	-----	-----5
5. Have you had any training or performance experience in vocal music?
 No Yes – earlier in my life Yes – this is a current activity for me
6. Indicate your level of agreement with each of the following statements. *(circle a number for each)*

<u>Strongly Disagree</u>	2	3	4	<u>Strongly Agree</u>
--------------------------	---	---	---	-----------------------

 - A. *Apart from tonight's performance, I am likely to attend world music concerts.*

1-----	-----	-----	-----	-----5
--------	-------	-------	-------	--------
 - B. *Going to live performances (of any type) is a regular part of my life.*

1-----	-----	-----	-----	-----5
--------	-------	-------	-------	--------
 - C. *The people I normally socialize with attend performances like this.*

1-----	-----	-----	-----	-----5
--------	-------	-------	-------	--------
 - D. *The performance I am about to see lies within my cultural "comfort zone."*

1-----	-----	-----	-----	-----5
--------	-------	-------	-------	--------
7. Prior to arriving here, did you seek out any information about Soweto Gospel Choir or their program for today (aside from any advertisements or brochures) that prepared you in some way for the experience?
 No Yes *Continued on Reverse ...*

8. **If "Yes," which of the following were sources of information? (check all that apply)**
- The Internet Listened to a recording or watched a video
 A class or school group Read a preview or review of this performance
 Talked with knowledgeable people Attended an educational event prior to the show
 Other: _____
9. **How often do you attend University Musical Society presentations? (check one)**
- This is my first time (ever) at a University Musical Society presentation
 Once a year or once every couple of years
 2 or 3 times a year
 4 to 6 times a year
 7 or more times a year
10. **Have you ever subscribed or purchased any series or package of tickets to performances offered by the University Musical Society? No Yes**
11. **How long ago did you first decide to attend this performance, or learn that you'd be coming? (check one)**
- Just today 1 to 2 weeks ago 1 to 2 months ago
 Within the past week 3 to 4 weeks ago 3 or more months ago
12. **Originally, whose idea was it to attend this performance? (check one)**
- Mine Spouse or Significant Other Someone else
13. **Who paid for your ticket to this performance? (check one)**
- I did Spouse or Significant Other Someone else
14. **What was the price of your ticket? (check your ticket stub, if necessary) \$ _____**
15. **How many people are in your party tonight, including yourself? # of people: _____**
16. **What relationships do you have with the other people in your party? (check all that apply)**
- Spouse/partner My children Other family Co-workers or classmates
 Parent(s) Other children Friend(s) A date
17. **Choose the three (3) most important reasons why you are here, from the list that follows. (check three)**
- To spend quality time with the person(s) you came with To be stimulated intellectually
 To see other friends outside of your immediate party To observe or celebrate my cultural heritage
 To expose others to the artistic experience being offered To be emotionally moved
 To broaden myself culturally To feel spiritually renewed
18. **Generally, how do you feel tonight? (circle a number)**
- Distracted Focused
 1-----2-----3-----4-----5
19. **What is your level of excitement for tonight's performance?**
- Very low Very high
 1-----2-----3-----4-----5
20. **How confident are you that you will enjoy the performance?**
- Not At All Somewhat Very
 1-----2-----3-----4-----5

Thank you. Please hand in your completed survey to a survey volunteer, or deposit it in a collection box in the lobby. Please remember to take Part 2 of the survey home and complete it within 24 hours.

ID# _____



PART 2, TO BE COMPLETED AT HOME, IMMEDIATELY AFTER THE PERFORMANCE

Please complete this survey after you get home from the performance, but within 24 hours – while the experience is still fresh in your mind. A reply envelope is provided. Once again, thank you for your generous cooperation. Your answers will remain confidential.

BEGIN HERE

The following questions pertain to the live performance you just attended. Before starting the survey, you may wish to close your eyes for a moment and imagine yourself back at the performance – where you were sitting, who was seated around you, and what you saw, heard, felt and thought about during the performance.

Please try to answer all of the questions. Some of them will be more relevant than others, for the type of performance that you attended. If you cannot answer a question, skip it.

CAPTIVATION

1. To what degree were you absorbed in the performance? (circle a number)

Not At All Completely
 1----- 2----- 3----- 4----- 5

2. To what extent did you inhabit the world of the performers, lose track of time and forget about everything else?

Not At All Completely
 1----- 2----- 3----- 4----- 5

THINKING

3. How much did the performance engage you on an intellectual level?

Not At All A Great Deal
 1----- 2----- 3----- 4----- 5

4. How much were you provoked or challenged by an idea or message?

Not At All A Great Deal
 1----- 2----- 3----- 4----- 5

5. To what extent did the performance cause you to reflect on your own opinions or beliefs?

Not At All A Great Deal
 1----- 2----- 3----- 4----- 5

6. To what extent do you feel that you understood the program and “got” what the artists were trying to convey?

Not At All Fully
 1----- 2----- 3----- 4----- 5

Continued on Reverse ...

19. To what extent do you think your attendance at this performance will cause you to be more creative in your life, work or artistic endeavors?

Not At All A Great Deal
1-----2-----3-----4-----5

20. As a result of this performance, do you feel any better equipped to appreciate folk or traditional music in the future?

No Yes

SOCIAL

21. To what extent did you feel a sense of belonging or connectedness with the rest of the audience?

Not At All A Great Deal
1-----2-----3-----4-----5

22. To what extent did the performance serve to celebrate and sustain your own cultural heritage?

Not At All A Great Deal
1-----2-----3-----4-----5

23. To what extent did the performance expose you to one or more cultures outside of your own life experience?

Not At All A Great Deal
1-----2-----3-----4-----5

24. Did the performance leave you with new insight on human relations or social issues, or a perspective that you didn't have before?

Not At All A Great Deal
1-----2-----3-----4-----5

ABOUT YOUR EXPERIENCE

25. How satisfied were you with your seat location?

Not At All Very
1-----2-----3-----4-----5

26. Did you leave at intermission and not return for the remainder of the performance? No Yes

27. Generally, how frequently do you attend enhancement events such as pre-performance lectures and post-performance discussions?

Never or Almost Never Occasionally Regularly

- 28A. Would you have liked to attend a pre-performance discussion with the artist, if one had been offered?

No Yes

- 29A. How would you most prefer to be reminded about pre-performance discussions, if you could choose? (check one)

by email by regular mail by a short message left on your voice mail

30. To what extent do you feel that your own experience with and knowledge of folk or traditional music was adequate to appreciate this program?

Inadequate Fully Adequate
1-----2-----3-----4-----5

SATISFACTION

31. Rate the pieces, works or repertoire that was offered – how good was the material?

Poor Excellent
1-----2-----3-----4-----5

32. Rate the performers on the quality of their performance.

Poor
1-----2-----3-----4-----5
Excellent

33. Rate the quality of the production design (i.e., scenery, staging, lighting, costumes, etc.).

Poor
1-----2-----3-----4-----5
Excellent

34. Overall, at what level were your expectations fulfilled for this performance?

Disappointed
1-----2-----3-----4-----5
Met
Exceeded

35. Overall, was this program worth the investment of time and money that you put into it?

No Yes

36. When you look back on this performance a year from now, how much of an impression will be left?

No Impression
1-----2-----3-----4-----5
Lasting Impression

The following questions are about you. Your answers are anonymous and confidential.

A. What is your affiliation, if any, with the University of Michigan – Ann Arbor? (check all that apply)

None Student Faculty or Staff Alumnus/a Parent of Student or Alum

B. Your gender? Female Male**C. In what year were you born? _____****D. Your highest level of school completed? (check one)**

High School or less Some College, no Degree Master's Degree Doctoral Degree
 Associate or Vocational Degree Bachelor's Degree Professional Degree (i.e., J.D.)

E. Which of the following describe your occupational status? (check all that apply)

Working full-time (for pay) In school full-time Full-time family caregiver
 Working part-time (for pay) Not employed, but looking Retired

G. Your annual household income? (check one)

Under \$35,000 \$50,001 - \$75,000 \$100,001 - \$150,001 Over \$200,000
 \$35,001 - \$50,000 \$75,001 - \$100,000 \$150,001 - \$200,000

H. Which of the following best describes your racial/ethnic background? (check one)

Asian or Pacific Islander Black or African-American White
 American Indian or Alaska Native Hispanic or Latino Mixed Race or Other

I. With which specific ethnic or cultural groups do you most closely identify?

Thanks so much for your cooperation! Please return your survey to the University Musical Society in the envelope provided.

© Alan S. Brown & Associates LLC, All Rights Reserved

¹ Uit Brown en Novak, 2007

² Uit Radbourne, Glow en Johanson, 2013

BIJLAGE 2: ARTS AUDIENCE EXPERIENCE INDEX

Table 2. The Arts Audience Experience Index.

Audience experience quality indicators	Attributes of each indicator	Metric rating
(a) Knowledge transfer or learning	Extent to which there is contextual programming, visual enhancements, programme information, pre-show or conductor talks or meet the director after-the-show talks. These strategies function to facilitate new understandings, linking experience to self-knowledge, and self-development in audience members.	1–5
(b) Risk management	Commitment to managing risk, through programme knowledge, previews, comfort and accessibility, personalized communication, quality guarantee expectation, value for money.	1–5
(c) Authenticity	Capacity to achieve believability, meaning and representation, sincerity, performance matches promotional description, performers engaged in own performances, performers' relationship with audience.	1–5
(d) Collective engagement	Ensuring expectations of social contact and inclusion are met, including shared experience, social constructs and meaning, common values, live experience, interaction or understanding between performers and audience, clues to behaviour, discussion after the performance.	1–5

Table 3. Survey Question 3.

Statement
(a) I attend as many events at this venue as possible.
(b) I really like the work of this particular playwright/composer.
(c) I really like the work of this particular company/orchestra/band.
(d) I really like this type of entertainment (theatre, live music etc.).
(e) I would like to go to this type of entertainment more often.
(f) I have been looking forward to coming to this performance.
(g) I have been looking forward to watching this performance in the company of friends and/or family.
(h) I have been looking forward to watching this performance in the company of other people who are interested in the work.

“There were some demographic questions (age group, occupation, gender and level of education) and an initial bank of eight statements against which respondents rated their level of agreement. This first bank of questions was not composed to reflect the experience indicators but provided a further context of each respondent for later correlation.” (Radbourne, Glow en Johanson, 2010; p.320)

Table 4. Statements of agreement or importance.

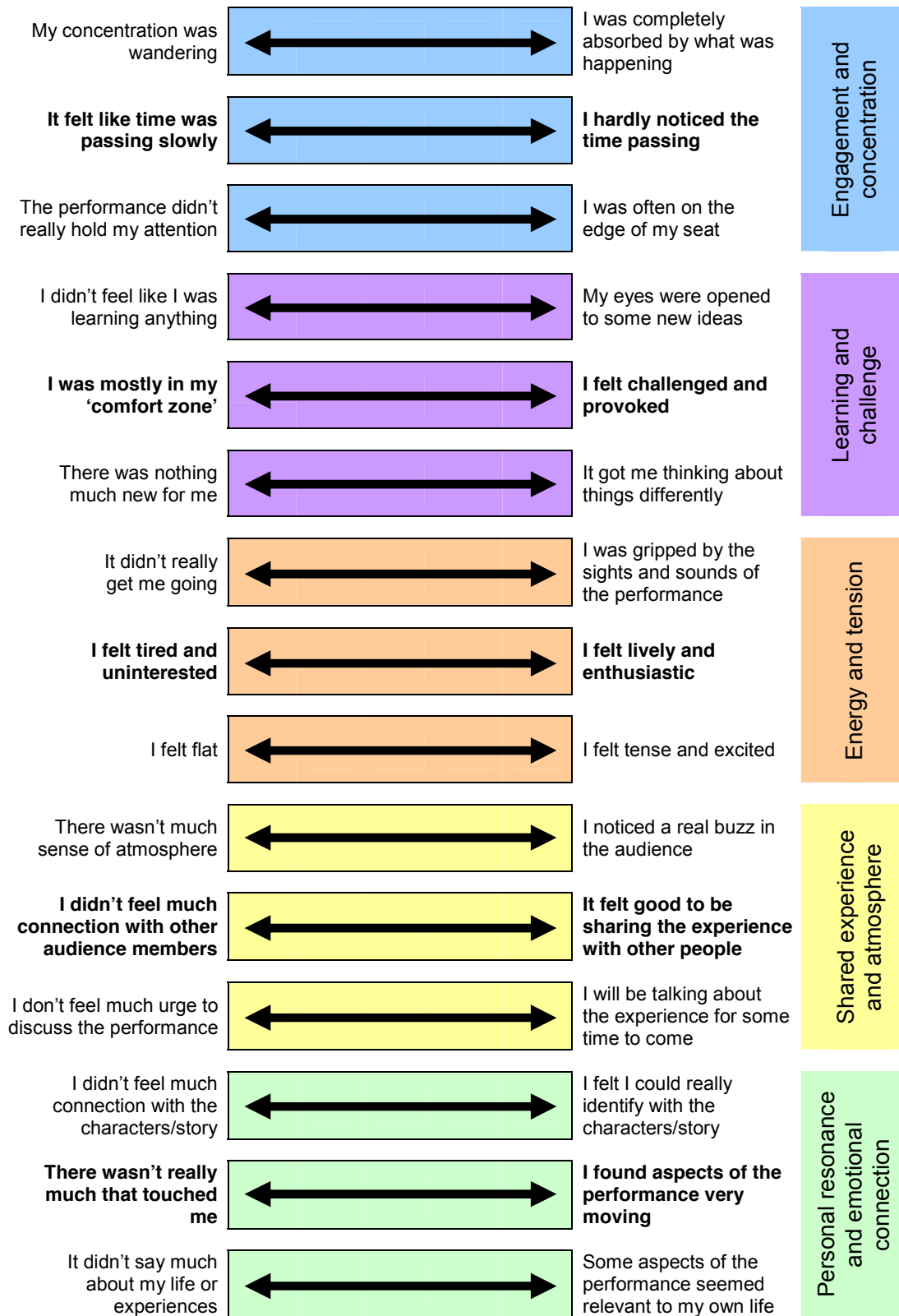
Group 1: Statement of importance	Related AAEI indicator
Notes about the performance and the work are included in the programme.	Knowledge
The arts centre presents my preferred type of shows.	Risk
The performance matches expectations from the promotional description.	Authenticity
Other members of the audience have a similar response to the performance as I do.	Collective engagement
The actors, dancers, singers or musicians show technical skill and understanding of the work.	Authenticity
I have previously seen or heard this work (production), or accessed a preview on the Web.	Risk
The performance or production is part of a festival, or a series or a theme.	Knowledge
Audience members have the opportunity to discuss the performance with others sometime after the show.	Collective engagement
Group 2: Statements of agreement	Related AAEI indicator
The cost of attendance (ticket, transport, parking, personal) equates with the quality of the performance.	Risk
The reputation of the performers is matched by the quality of the performance.	Authenticity
Pre-show and after-show talks increase my understanding of the performance.	Knowledge
My enjoyment or appreciation is increased when I understand the meaning of the production.	Knowledge
The best performers are those who seem to communicate directly with their audience.	Authenticity
Established rules of audience behaviour (e.g., when to applaud, not speaking during the performance, overt expressions of laughter or boredom) influence my individual experience.	Collective engagement
I like being challenged by at least one of the shows in the season.	Risk
Live performing arts, that is, real people performing in real time, require me to provide real interaction.	Collective engagement

“A Likertscale of 1-5 is used for each indicator to facilitate easy transfer of the median results of survey questions. A simple survey distributed to a sample of audience members includes a bank of 8 statements of importance, ranging from “not at all important” to “very important”, and eight statements of agreement that range from “not agree at all” to “agree strongly”. (Radbourne, Glow en Johanson, 2010; p.313-4)

2

² Uit Radbourne, Glow en Johanson, 2013

BIJLAGE 3: ARTS AUDIENCE EXPERIENCE FRAMEWORK



Template 1

Here are some phrases that people might use to describe the experience of watching a piece of theatre.

For each pair, please mark a point on the scale towards whichever is closest to **your experience of watching the performance today**.

My concentration was wandering	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I was completely absorbed by what was happening
I didn't feel like I was learning anything	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	My eyes were opened to some new ideas
It didn't really get me going	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I was gripped by the sights and sounds of the performance
There wasn't much sense of atmosphere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I noticed a real buzz in the audience
I didn't feel much connection with the characters/story	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I felt I could really identify with the characters/story
It felt like time was passing slowly	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I hardly noticed the time passing
I was mostly in my 'comfort zone'	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I felt challenged and provoked
I felt tired and uninterested	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I felt lively and enthusiastic
I didn't feel much connection with other audience members	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	It felt good to be sharing the experience with other people
There wasn't really much that touched me	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I found aspects of the performance very moving
The performance didn't really hold my attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I was often on the edge of my seat
There was nothing much new for me	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	It got me thinking about things differently
I felt flat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I felt tense and excited
I don't feel much urge to discuss the performance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I will be talking about the experience for some time to come
It didn't say much about my life or experiences	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Some aspects of the performance seemed relevant to my own life

Template 2

Here are some phrases that people might use to describe the experience of watching a piece of theatre.

For each one, please rate how well it describes **your experience of watching the performance today**.

	Disagree strongly	Disagree somewhat	Neither agree nor disagree	Agree somewhat	Agree strongly
I was completely absorbed by what was happening	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
My eyes were opened to some new ideas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I was gripped by the sights and sounds of the performance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I noticed a real buzz in the audience	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I felt I could really identify with the characters/story	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I hardly noticed the time passing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I felt challenged and provoked	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I felt lively and enthusiastic	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It felt good to be sharing the experience with other people	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I found aspects of the performance very moving	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I was often on the edge of my seat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
It got me thinking about things differently	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I felt tense and excited	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I will be talking about the experience for some time to come	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Some aspects of the performance seemed relevant to my own life	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Standard grouping questions

Your gender	Male	Female					
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>					
Your age	15–20	21–30	31–40	41–50	51–60	61–70	71+
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Over the last 12 months, roughly how many times have you been to see a theatre performance (including opera, musical, play, dance)?				0	1–3	4–10	11+
				<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
If you were reviewing this production for tomorrow's papers, how many stars would you give it?	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★		
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Overall evaluation questions

Overall, I wish I had done something else instead	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I feel really glad I came
On the whole, I found the experience disappointing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	I found the whole experience really worthwhile

3

³ Uit ITC et al., 2005

BIJLAGE 4: VOORBEELD VRAGENLIJST PODIUMKUNSTEN**Deel 1**

N°	Vraag	*	Enabler/construct
1	Hoe vertrouwd bent u met [UITVOERDER/ARTIEST]	L O	Resonance/relevance
2	Hebt u reeds een optreden van [UITVOERDER/ARTIEST] bijgewoond?	M	Resonance/relevance
3	Hoe vertrouwd bent u met de specifieke repertoirestukken die worden opgevoerd?	L O	Resonance/relevance
4	Hoe vertrouwd bent u, in het algemeen, met [SPECIFIEK GENRE]	L O	Resonance/relevance
5	Heeft u enige opleiding genoten of ervaring met het opvoeren van [OPVOERINGSSTIJL]?	M O	Context/information
6	Geef aan in welke mate u akkoord gaat met de volgende stellingen:		Resonance/relevance
	A. Los van het optreden vanavond ben ik geneigd om [GENRE] bij te wonen.	L O	
	B. Live optredens bijwonen is voor mij een regelmatige tijdsbesteding.	L O	
	C. De mensen in mijn kenniskring wonen gelijkaardige optredens bij.	L O	
	D. Het optreden dat ik zo meteen bijwoon ligt in mijn culturele comfort zone.	L O	
7	Heeft u informatie opgezocht over [UITVOERDER/ ARTIEST] of hun verdere programma die u op een bepaalde manier voorbereidden op de ervaring?	M O	Context/information
	Indien ja: via welke bronnen van informatie (antwoordmogelijkheden: brochure van organisatie, internet, via school, gesproken met mensen die er kennis van hebben, video's of opnames bekeken, recensies van de voorstelling gelezen, lezing/infomoment voor de voorstelling bijgewoond, ...)	M	

8	Hoe vaak bezoekt u evenementen van [ORGANISATIE]?	M O	Resonance/relevance
9	Indien van toepassing: Heeft u ooit een abonnement/serie tickets aangekocht bij [ORGANISATIE]?	M O	Resonance/relevance
10	Wanneer besliste u om de voorstelling bij te wonen?	M O	Anticipation
11	Wiens idee was het om deze voorstelling bij te wonen?	O	Opportunity/risk
12	Is deze vorm van entertainment u geprefereerde vorm?	M O	Opportunity/risk & Resonance/relevance
13	Wie betaalde het ticket?	O	Opportunity/risk
14	Hoeveel kostte uw ticket?	O	Opportunity/risk
15	Was het makkelijk voor u om aan tickets te geraken?	L O	Opportunity/risk
16	Kon u de locatie gemakkelijk vinden en bereiken?	L O	Opportunity/risk
17	Geef aan in welke mate het tijdstip/de tijdstippen van het optreden voor u goed uitkomen?	L O	Opportunity/risk
18	Geef aan in welke mate de aangekondigde duur van het optreden voor u goed uitkomt.	L O	Opportunity/risk
19	Ik zie mezelf als een persoon die van [GENRE] houdt.	L O	Opportunity/risk
20	Anderen zien mij als een persoon die van [GENRE] houdt.	L O	Opportunity/risk
21	Hoeveel mensen, inclusief jijzelf, zijn vanavond in uw gezelschap?	O	Experience
22	Wat is uw relatie met de mensen uit uw groep? (meerdere antwoorden mogelijk) Antwoordmogelijkheden: partner, ouders, eigen kinderen, andere kinderen, andere familieleden, vrienden, collega's/ klasgenoten, date, ...)	M O	Experience
23	Kies uit de volgende lijst de drie meest belangrijke redenen waarom u naar het optreden komt.	M	Anticipation
	- Kwaliteitsvolle tijd doorbrengen met gezelschap		Communal value
	- Om vrienden buiten uw onmiddellijke vriendengroep te zien		Communal value
	- Om anderen bloot te stellen aan de artistieke ervaring		Waarde

	die wordt aangeboden		
	- Om uw culturele horizon te verbreden		Cognitive growth
	- Om intellectueel gestimuleerd te worden		Cognitive growth
	- Om mijn culturele erfgoed te bekijken of te vieren		Communal value
	- Om emotioneel geraakt te worden		Emotional impact
	(Deze lijst kan aangevuld worden naargelang de organisatie/het optreden)		
24	Hoe voelt u zich vanavond?	M O	Experience
	Eventuele antwoordmogelijkheden: levendig, gelukkig, tevreden, gespannen, moe, somber		
25	Voelt u zich gefocust of eerder afgeleid?	L	Experience
26	Hoe enthousiast bent u voor het optreden vanavond?	L O	Anticipation
27	Hoe overtuigd bent u dat u zal genieten van het optreden?	L O	Anticipation

Deel 2

N°	Vraag	*	Enabler/construct
1	In welke mate werd u meegesleept in het optreden?	L O	Well-being
2	In welke mate betrad u de wereld van de opvoering, verloor u het besef tijd, en vergat al het overige?	L O	Well-being
3	In welke mate engageerde het optreden u op een intellectueel niveau?	L O	Cognitive growth
4	In welke mate werd u geprovoceerd of uitgedaagd door een idee of boodschap?	L O	Cognitive growth
5	In welke mate deed de voorstelling u nadenken over uw eigen meningen en opvattingen?	L O	Cognitive growth
6	In hoeverre had u het gevoel dat u de voorstelling begreep en mee had wat de artiesten trachtten over te brengen	L O	Cognitive growth
7	Verliet je de voorstelling met enkele onbeantwoorde vragen die je graag beantwoord zou zien door de makers?	M O	Cognitive growth & Context/information

8	Besprek je achteraf de betekenis van de voorstelling met andere bezoekers? Antwoordmogelijkheden: neen, ja casual, ja intent	M O	Communal value
9	Hoe sterk was uw emotionele reactie op het optreden?	L O	Emotional impact
10	Welke emoties kwamen het meest intens naar boven tijdens de voorstelling?	O	Emotional impact
11	In welke mate voelde u zich verbonden met een of meerdere opvoerders?	L O	Emotional impact
12	In welke mate kon u zich identificeren met de personages?	L O	Emotional impact & Cognitive growth
13	In welke mate had de opvoering voor u een emotioneel en therapeutisch effect?	L O	Emotional impact
14	Werd u door deze voorstelling blootgesteld aan een artistieke vorm die u voordien niet kende?	M O	Aesthetic impact
15	Zijn uw opvattingen over deze artistieke vorm gewijzigd door deze opvoering? Antwoordopties: ik apprecieer het minder – geen verandering – ik apprecieer het meer	L M O	Aesthetic impact
16	Bent u door het optreden meer geneigd om het werk van [UITVOERDER/ARTIEST] te volgen in de toekomst?	L M O	Aesthetic impact
17	In welke mate denkt u door het bijwonen van deze voorstelling creatiever te zijn in het leven, uw werk of artistieke inspanningen in de toekomst?	L O	Aesthetic impact
18	Hebt u het gevoel [SPECIFIEK GENRE] beter te kunnen appreciëren in de toekomst als een gevolg van deze opvoering?	M O	Aesthetic impact
19	In welke mate had u het gevoel ergens bij te horen, of voelde u een verbintenis met de rest van het publiek	L O	Communal value
20	In welke mate vierde en ondersteunde de voorstelling uw eigen cultureel erfgoed?	L O	Communal value
21	Werd u door de voorstelling blootgesteld aan één of meerdere	L O	Cognitive growth

	culturen buiten uw eigen levenservaring?		
22	Gaf de voorstelling u nieuwe inzichten in menselijke relaties, sociale problemen of een nieuw perspectief?	L O	Cognitive growth
23	In welke mate leken aspecten uit de voorstelling relevant voor uw eigen leven?	L O	Cognitive growth
24	Hoe tevreden was u met uw zitplaats?	L O	Experience
25	Gevestigde regels voor het gedrag van een publiek (vb. Wanneer geapplaudisseerd wordt, stilte tijdens de opvoering, openlijke uitingen van verveling) hadden een invloed op mijn individuele ervaring.	L O	Experience
26	In welke mate merkte u een duidelijke atmosfeer?	L O	Experience
27	Indien van toepassing: verliet u de voorstelling tijdens de pauze zonder terug te keren?	M	Waarde
28	Algemeen gezien, hoe frequent bezoekt u lezingen of discussies voor of na de voorstelling?	M L O	Context/information
29	Zou u een discussie met de artiest voor de voorstelling hebben bijgewoond als die werd aangeboden?	M	Context/information
30	Indien u de keuze had, hoe zou u wil herinnerd worden aan een bespreking voor de voorstelling?	M O	Context/information
31	In welke mate vindt u dat uw ervaring met en kennis van [GENRE] adequaat was om de opvoering te appreciëren?	L O	Resonance/relevance
32	Hoe beoordeelt u de repertoirestukken die opgevoerd werden?	L O	Waarde
33	Hoe beoordeelt u de kwaliteit van het opreden?	L O	Waarde
34	Hoe beoordeelt u het productiedesign (decor, belichting, kostuums, ...)	L O	Waarde
35	Algemeen gezien, in welke mate werden uw verwachtingen voldaan?	L O	Opportunity/risk
36	In welke mate voldoet de voorstellingen aan de verwachtingen zoals deze worden vorm gegeven door promotioneel materiaal?	L O	Opportunity/risk
37	Algemeen gezien, was de voorstelling de investeringen op vlak	M O	Opportunity/risk

van tijd en kost waard?		
38	Als u binnen een jaar terug kijkt op deze voorstelling, hoe veel indruk zal er over blijven?	L O Waarde
39	Beschrijf u leven zonder [MEDIUM]	O Waarde

* Kolom drie geeft aan welke vraagstelling voor deze vragen kan worden gebruikt; Likertschalen (L), Meerkeuzevragen (M) of Open vragen (O).

Vb: [UITVOERDER ARTIEST]: Soweto Gospel Choir, [SPECIFIEK GENRE]: folk of traditionele muziek uit Afrikaanse culturen, [OPVOERINGSSTIJL]: zang, [GENRE]: optreden wereldmuziek, [ORGANISATIE]: University Musical Society, [MEDIUM]: theater, muziekoptreden, dansoptreden, ...

4

⁴ Naar Alan S. Brown & Associates LLC Impact Survey (Brown en Novak, 2007), AAEI (Radbourne, Glow & Johanson, 2013), AAEI (ITC et al., 2005) en Walmsley (2013).

BIJLAGE 5: EVALUATIESURVEY JBM VOOR BIBLIOTHEEKMEDEWERKERS

Evaluatie Jeugdboekenmaand

Dit formulier dient als evaluatie van de jeugdboekenmaand 2017 in de Antwerpse bibliotheken

*Required

1. **Naam bibliotheek ***

Skip to question 2.

Aanbod en promotie

2. **Op welke manier heb je promotie gemaakt voor de activiteiten tijdens de Jeugdboekenmaand. (Meerdere antwoorden mogelijk) ***

Tick all that apply.

- Brochure
- Website
- Facebook
- Mailing
- Other: _____

3. **Welke van de volgende activiteiten maakten deel uit van het aanbod van de Jeugdboekenmaand? ***

Mark only one oval.

- Online spel
- Affichespel
- Auteurslezingen
- Online - en affichespel
- Online spel en auteurslezingen
- Affichespel en auteurslezingen
- Online spel, affichespel en auteurslezingen
- Geen van bovenstaande opties

4. Waaruit bestond het aanbod van activiteiten tijdens de Jeugdboekenmaand nog? (Meerdere antwoorden mogelijk) *

Tick all that apply.

- Theater of voorstelling
- Voorleesactiviteit
- Gezinsactiviteit
- Creatieve activiteit
- Other: _____

Online spel, Affichespel en Auteurslezingen

5. Wij hebben het online spel gespeeld met: *

Tick all that apply.

- Klassen/scholen
- Kinderen/families in hun vrije tijd
- Other: _____

6. Hoe ervoeren de kinderen het online spel? Wat waren de reacties? *

7. Wat waren de reacties van leerkrachten en ouders op het online spel? *

8. Hoe ervoeren de medewerkers het online spel? *

9. Werd het affichespel goed onthaald door de kinderen? *

Mark only one oval.

- Ja
- Neen

10. Opmerkingen *

11. Werd het affichespel goed onthaald door de leerkrachten? *

Mark only one oval.

- Ja
- Neen

12. Opmerkingen *

13. Wat waren de reacties op het affichespel? *

14. Hoe ervoeren de medewerkers het affichespel? *

15. **Welke auteurs waren te gast tijdens de Jeugdboekenmaand? ***

16. **Geef hieronder wat feedback over de specifieke lezingen. ***

17. **Wat was de kwaliteit van de lezingen? ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Zeer slecht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Zeer goed

18. **Wat waren de reacties van de kinderen op de auteurslezingen? ***

19. **Wat waren de reacties van leerkrachten op de auteurslezingen? ***

20. Hoe ervoeren de medewerkers de auteurslezingen? *

Skip to question 21.

Doeboekje

21. Werd het doeboekje goed onthaald bij de kinderen? *

Mark only one oval.

- Ja
 Neen

22. Opmerkingen? *

23. Werd het doeboekje goed onthaald door de leerkrachten? *

Mark only one oval.

- Ja
 Neen

24. Opmerkingen? *

25. Wat waren de reacties op het doeboekje? *

26. Hoe ervoeren de medewerkers het doeboekje? *

Skip to question 27.

Ten slotte

27. Wat was jullie algemene ervaring van de Jeugdboekenmaand? *

28. Indien je nog vragen hebt over de voorbereiding of uitvoering van de Jeugdboekenmaand kan je deze hieronder plaatsen.

29. Heb je nog verdere opmerkingen?

5

⁵ Vragenlijst opgesteld in het kader van het praktijkproject in samenwerking met Els Wijninckx.

BIJLAGE 6: VOORBEELD VRAGENLIJST BIBLIOTHEEKWEZEN

Hieronder volgt een aanzet voor een vragenlijst voor impactmeting in het bibliotheekwezen. Binnen de case van de JBM werd gekozen voor een auteurslezing bezocht in schoolverband als voorbeeld. In dat geval is de vragenlijst dus opgesteld voor kinderen. De lijst is echter niet het resultaat van pedagogische informatie en wordt dus best niet zomaar overgenomen. De nadruk ligt dus op het feit dat deze lijst een aanzet is ter illustratie waar verder mee aan de slag kan worden gegaan.

DEEL 1

N°	Vraag	*	Enabler/construct
1	Hou jij van lezen? Waarom wel/niet	L O O	Resonance/relevance & Opportunity/risk
2	Hoe vaak lees jij?	M O	Resonance/relevance
3	Zou je lezen omschrijven als één van je hobbies?	M O	Resonance/relevance & Opportunity/risk
4	Zien andere mensen jou als een persoon die graag leest?	L M O	Opportunity risk
5	Hoe vaak ga jij naar de bib? Antwoordmogelijkheden: nooit, enkel met school, 1x per week, 1x per maand,	M O	Resonance/relevance
6	Mijn vrienden lezen graag	L O	Opportunity/risk
7	In mijn gezin wordt graag gelezen	L O	Opportunity/risk
8	Besprak je de auteur die je zo meteen zal horen op voorhand in de klas?	M O	Context/information & Anticipation
9	Kende je de auteur die je zo meteen zal horen al?	M O	Context/information
10	Kijk je uit naar de activiteit?	L O	Anticipation
11	Hoe voel je je op dit moment? Antwoordmogelijkheden: geconcentreerd, verveeld, blij, verdrietig, boos, ...	M O	Experience
12	Denk je dat je zal genieten van de activiteit?	L O	Anticipation

DEEL 2

N°	Vraag	*	Enabler/construct
1	Wat heb je bijgeleerd?	O	Cognitive growth
2	Vond je de lezing inspirerend	M L O	Cognitive growth & Aesthetic impact
3	Zijn er nog dingen die je graag aan de auteur zou vragen?	O	Cognitive growth & Aesthetic impact
4	Bespreek je de activiteit met je vrienden?	O	Opportunity/risk
5	Bespreek je de lezing in de klas?	O	Opportunity/risk
6	Ga je je gezin over de activiteit vertellen?	O	Opportunity/risk
7	Ben je van plan boeken van de auteur te lezen?	L M O	Opportunity/risk & aesthetic impact
8	Ben je van plan meer (dit soort) boeken te lezen?	L M O	Opportunity/risk & aesthetic impact
9	Wat vonden je vrienden van de lezing?	O	Opportunity/risk
10	Hoe lang denk je dat je de activiteit zal herinneren?	O M	Waarde
11	Denk je nu anders over lezen? Zo ja, hoe?	O	Opportunity/risk
12	Heb je van de activiteit genoten?	L M O	Experience & waarde

* Kolom drie geeft aan welke vraagstelling voor deze vragen kan worden gebruikt; Likertschalen (L), Meerkeuzevragen (M) of Open vragen (O).

6

⁶ Naar vragenlijst in bijlage 4

BIJLAGE 7: VOORBEELD VRAGENLIJST IMMATERIEEL ERFGOED

Hieronder volgt een aanzet voor een vragenlijst voor immaterieel erfgoed. In dit geval wordt gebruik gemaakt van de case van Borgerhout Bewaart en het culinair erfgoed dat daarbij belangrijk is.

Deel 1

N°	Vraag	*	Enabler/construct
1	Hoe vertrouwd bent u met (culinair) erfgoed	L O	Resonance/relevance
2	Geef aan in welke mate u akkoord gaat met de volgende stellingen:		Resonance/relevance
	A. Ik ben in het algemeen geneigd gelijkaardige buurtactiviteiten bij te wonen.	L O	
	B. De mensen in mijn kenniskring wonen gelijkaardige activiteiten bij.	L O	
	C. De activiteit die ik zo meteen bijwoon ligt in mijn culturele comfort zone.	L O	
3	Heeft u achtergrondinformatie opgezocht over de activiteit?	M O	Context/information
	Indien ja: via welke bronnen van informatie (antwoordmogelijkheden: brochure van organisatie, internet, via school, gesproken met mensen die er kennis van hebben, video's of opnames bekeken, recensies van de voorstelling gelezen, lezing/infomoment voor de voorstelling bijgewoond, ...)	M	
4	Hoe vaak bezoekt u evenementen van district Borgerhout?	M O	Resonance/relevance
5	Wanneer besliste u om deze activiteit bij te wonen?	M O	Anticipation
6	Wiens idee was het om deze activiteit bij te wonen?	O	Opportunity/risk
7	Hoeveel kostte uw ticket?	O	Opportunity/risk
8	Was het makkelijk voor u om aan tickets te geraken?	L O	Opportunity/risk
9	Kon u de locatie gemakkelijk vinden en bereiken?	L O	Opportunity/risk
10	Geef aan in welke mate het tijdstip/de tijdstippen van de	L O	Opportunity/risk

activiteit voor u goed uitkomen?		
11	Geef aan in welke mate de aangekondigde duur van de activiteit voor u goed uitkomt.	L O Opportunity/risk
12	Hoeveel mensen, inclusief jijzelf, zijn vanavond in uw gezelschap?	O Experience
13	Wat is uw relatie met de mensen uit uw groep? (meerdere antwoorden mogelijk) Antwoordmogelijkheden: partner, ouders, eigen kinderen, andere kinderen, andere familieleden, vrienden, collega's/ klasgenoten, date, ...)	M O Experience
14	Kies uit de volgende lijst de drie meest belangrijke redenen waarom u naar de activiteit komt. <ul style="list-style-type: none"> - Kwaliteitsvolle tijd doorbrengen met gezelschap - Om vrienden buiten uw onmiddellijke vriendengroep te zien - Om nieuwe contacten te leggen - Om anderen bloot te stellen aan (culinair) erfgoed - Om uw culturele horizon te verbreden - Om intellectueel gestimuleerd te worden - Om mijn culturele erfgoed te bekijken of te vieren - Om mijn culturele erfgoed te delen (Deze lijst kan aangevuld worden naargelang de organisatie/het optreden)	M Anticipation Communal value Communal value Communal value Waarde Cognitive growth Cognitive growth Communal value Communal value & waarde
15	Hoe voelt u zich vanavond? Eventuele antwoordmogelijkheden: levendig, gelukkig, tevreden, gespannen, moe, somber	M O Experience
16	Hoe enthousiast bent u voor de activiteit?	L O Anticipation
17	Hoe overtuigd bent u dat u zal genieten van de activiteit	L O Anticipation
18	Op welke manier bent u met het project verbonden? Antwoordopties: vrijwilliger/partner/bezoeker/ ...	M O Experience

Deel 2

N°	Vraag	*	Enabler/construct
1	In welke mate zette de activiteit u aan het denken?	L O	Cognitive growth
2	In welke mate deed de activiteit u nadenken over uw eigen meningen en opvattingen?	L O	Cognitive growth
3	Bespreek je de activiteit met andere bezoekers? Antwoordmogelijkheden: neen, ja casual, ja intens	M O	Communal value
4	In welke mate kon u zich identificeren met het aangeboden	L O	Cognitive growth
5	Hebt u het gevoel een bepaalde cultuur beter te kunnen appreciëren in de toekomst als een gevolg van deze opvoering?	M O	Communal value
6	In welke mate had u het gevoel ergens bij te horen, of voelde u een verbintenis met de rest van de deelnemers?	L O	Communal value
7	In welke mate vierde en ondersteunde de voorstelling uw eigen cultureel erfgoed?	L O	Communal value
8	In welke mate hebt u bestaande connecties kunnen versterken?	L O	Communal value
9	In welke mate hebt u nieuwe connecties gemaakt?	L O	Communal value
10	Werd u door de voorstelling blootgesteld aan één of meerdere culturen buiten uw eigen levenservaring?	L O	Cognitive growth
11	Gaf de voorstelling u nieuwe inzichten in menselijke relaties, sociale problemen of een nieuw perspectief?	L O	Cognitive growth
12	In welke mate leken aspecten uit de voorstelling relevant voor uw eigen leven?	L O	Cognitive growth
13	In welke mate merkte u een duidelijke atmosfeer?	L O	Experience
14	In welke mate vindt u dat uw ervaring met en kennis van (culinair) erfgoed adequaat was om de activiteit te appreciëren?	L O	Resonance/relevance
16	Hoe beoordeelt u de kwaliteit van de activiteit?	L O	Waarde
17	Algemeen gezien, in welke mate werden uw verwachtingen voldaan?	L O	Opportunity/risk
18	In welke mate voldoet de activiteit aan de verwachtingen zoals	L O	Opportunity/risk

deze worden vorm gegeven door promotioneel materiaal?

19 Algemeen gezien, was de activiteit de investeringen op vlak van tijd en kost waard? M O Opportunity/risk

20 Als u binnen een jaar terug kijkt op deze voorstelling, hoe veel indruk zal er over blijven? L O Waarde

* Kolom drie geeft aan welke vraagstelling voor deze vragen kan worden gebruikt; Likertschalen (L), Meerkeuzevragen (M) of Open vragen (O).

7

⁷ Naar vragenlijst in bijlage 4

BIJLAGE 8: EVALUATIEFORMULIER POP UP TO DATE**Evaluatie Pop up to Date**

We zijn ontzettend blij dat je twee maanden lang wilde meewerken aan Pop up to Date. Jullie werden opgemerkt en bejubeld door de buurtbewoners, de andere handelaars, de pers en kunst- en designliefhebbers die van ver afzakten om jullie werk te leren kennen. We horen graag van jullie hoe jullie het project ervaren hebben!

Concept van het project

Zat het concept goed in elkaar? Denk aan selectie van de deelnemers, doelstelling, openingsdagen, duur van het project.....

Zo nee, hoe kunnen we dit verbeteren?

Het concept zat goed in elkaar. Openingsuren klopte ook met de algemene beweging in de straat. Indien we dit zelf verkozen, mochten we ook langer en vaker open zijn, waarvan ik ook gebruik heb gemaakt.

Informatie en ondersteuning

Kreeg je voldoende informatie en ondersteuning bij het opstarten van je pop up shop?.....

Zo nee, wat kon er beter? .

Hierby zou eventueel wel wat meer ondersteuning mogen, maar had misschien te maken omdat ik dit was een opvang secretamaat dit deed en deze veel uitnodigingen genoot. Uiteindelijk hebben we dit zelf uitgezocht, wat een realistische referentie was. Dus uiteindelijk was dit ook geen probleem. Voor volgende

Communicatie editie buiten sabam misschien ook billijke vergoeding
Welke communicatie-acties leken jou het meest doeltreffend? Denk hierbij aan drukwerk, persbericht, sociale media, acties die je zelf ondernam, ...

de folders met overzicht en de acties die ik zelf ondernam, wat ik wou met x als beperking, omdat dit een realistisch beeld schetst als je het volledig zelfstandig kan ondernemen. Het initiatief op de Pop Up To Date FB had van diverse deelnemers iets actiever gemogen. Iets meer folders.

Zelfevaluatie

Wat heb je geleerd van je pop up ervaring? Wat zou je anders doen? Welke tips kan je je collega's meegeven?

De workshops ga ik volgende keer anders aanpakken. Niet enkel inschrijven via inschrijvingsformulieren, maar ook op voorhand betalen of rekening. In consignatie geen compromissen sluiten met %. Het houden aan mijn op voorhand bestelde consignatie.

Toekomstplannen

Daar zijn we razend benieuwd naar ☺

Weder uitbouwen als freelance illustrator - character designer. Het weder verdiepen om eventueel een eigen belevingsgebied te starten. Dit is wel met meken na by toekomst.

Bedankt!

8

BIJLAGE 9: VOORBEELD VRAGENLIJST CULTUREEL ONDERNEMERSCHAP

Deze vragenlijst vormt een aanzet voor de categorie cultureel ondernemerschap. De lijst is toegepast op de bezoekers, niet de ondernemers.

Deel 1

N°	Vraag	*	Enabler/construct
1	Hoe vertrouwd bent u met cultureel ondernemerschap	L O	Resonance/relevance
2	Kende u de creatieven al op voorhand?	M	Resonance/relevance
3	Geef aan in welke mate u akkoord gaat met de volgende stellingen:		Resonance/relevance
	A. Los van het project ben ik geneigd om gelijkaardige winkels te bezoeken	L O	
	C. De mensen in mijn kenniskring bezoeken regelmatig gelijkaardige winkels.	L O	
	D. Ik voel mij comfortabel in de winkels	L O	
4	Heeft u informatie opgezocht over het project of de specifieke creatieven?	M O	Context/information
	Indien ja: via welke bronnen van informatie (antwoordmogelijkheden: brochure van organisatie, internet, via school, gesproken met mensen die er kennis van hebben, video's of opnames bekeken, recensies van de voorstelling gelezen, lezing/infomoment voor de voorstelling bijgewoond, ...)	M	
5	Hoe vaak bezoekt u evenementen van CC Berchem?	M O	Resonance/relevance
6	Kon u de winkels gemakkelijk vinden en bereiken?	L O	Opportunity/risk
7	Geef aan in welke mate de openingsuren van het project voor u goed uitkomen?	L O	Opportunity/risk
8	Geef aan in welke mate de aangekondigde duur van het project voor u goed uitkomt.	L O	Opportunity/risk
9	Kies uit de volgende lijst de drie meest belangrijke redenen	M	Anticipation

waarom u naar het project komt.

- | | |
|---|------------------|
| - Kwaliteitsvolle tijd doorbrengen met gezelschap | Communal value |
| - Om anderen bloot te stellen aan de artistieke ervaring die wordt aangeboden | Waarde |
| - Om uw culturele horizon te verbreden | Cognitive growth |
| - Om intellectueel gestimuleerd te worden | Cognitive growth |
| - Om mijn culturele erfgoed te bekijken of te vieren | Communal value |

(Deze lijst kan aangevuld worden naargelang de organisatie/het optreden)

10	Hoe voelt u zich momenteel?	M O	Experience
	Eventuele antwoordmogelijkheden: levendig, gelukkig, tevreden, gespannen, moe, somber		

Deel 2

N°	Vraag	*	Enabler/construct
1	In welke mate engageerde het optreden u op een intellectueel niveau?	L O	Cognitive growth
2	In welke mate werd u geprovoceerd of uitgedaagd door een idee of boodschap?	L O	Cognitive growth
3	Bespreek je achteraf de projecten met andere bezoekers? Antwoordmogelijkheden: neen, ja casual, ja intent	M O	Communal value
4	In welke mate voelde u zich verbonden met de creatieven?	L O	Emotional impact
5	Werd u door deze voorstelling blootgesteld aan een artistieke vorm die u voordien niet kende?	M O	Aesthetic impact
6	Zijn uw opvattingen over deze artistieke vorm gewijzigd door deze opvoering? Antwoordopties: ik apprecieer het minder – geen verandering – ik apprecieer het meer	L M O	Aesthetic impact
7	Bent u door het project meer geneigd om het werk van de ondernemers te volgen in de toekomst?	L M O	Aesthetic impact

8	In welke mate denkt u door het bijwonen van deze voorstelling creatiever te zijn in het leven, uw werk of artistieke inspanningen in de toekomst?	L O	Aesthetic impact
9	In welke mate denk u zelf een creatief ondernemingsproject op te starten?	L O	Aesthetic impact & Communal value
10	Hebt u het gevoel creatief ondernemerschap beter te kunnen appreciëren in de toekomst als een gevolg van dit project?	M O	Aesthetic impact
11	In welke mate had u het gevoel dat de winkels en hun jonge creatieven werden opgenomen in de buurt?	L O	Communal value
12	Gaf de voorstelling u nieuwe inzichten in menselijke relaties, sociale problemen of een nieuw perspectief?	L O	Cognitive growth
13	Hoe beoordeelt u de kwaliteit van de individuele projecten?	L O	Waarde
14	Algemeen gezien, in welke mate werden uw verwachtingen voldaan?	L O	Opportunity/risk
15	In welke mate voldoet het project aan de verwachtingen zoals deze worden vorm gegeven door promotioneel materiaal?	L O	Opportunity/risk
16	Als u binnen een jaar terug kijkt op dit project, hoe veel indruk zal er over blijven?	L O	Waarde

* Kolom drie geeft aan welke vraagstelling voor deze vragen kan worden gebruikt; Likertschalen (L), Meerkeuzevragen (M) of Open vragen (O).

9

⁹ Naar vragenlijst in bijlage 4

