

Student: Astrid De Bruycker

Promotor: Nancy De Blicck

Academiejaar: 2013-2014

Bachelor in het Sociaal Werk: Sociaal – Cultureel Werk



HoGent

Ctrl Kopie de succesformule van The Big Draw?

Welke factoren de deelname van kunstenaars aan projecten beïnvloeden

Hogeschool Gent
Faculteit Mens & Welzijn
Opleiding Sociaal Werk
Campus Schoonmeersen | Gebouw A
Voskenslaan 362 | 9000 Gent
E. soag@hogent.be | W. <http://soag.hogent.be>

Het eindwerk mag alleen gebruikt worden indien de auteur en Hogeschool, inclusief logo, vermeld blijven.

Voorwoord

Dat een bachelorproef niet over één nacht ijs gaat, had ik al langer begrepen. De zoektocht naar deze 'kers op mijn opleiding' verliep via een hobbelig en soms onverwacht parcours. Dit kon mij echter niet tegenhouden om er gemotiveerd en intensief aan te werken.

Met enige trots stel ik dan ook graag mijn werk aan u voor.

Het was onmogelijk dit alles te realiseren zonder de hulp en steun van een aantal mensen.

Vooreerst gaat mijn oprechte dank naar alle lectoren van de opleiding Sociaal Werk: Sociaal-Cultureel werk die mij en mijn medestudenten wegwijs maakten in de verschillende domeinen van ons beroep.

Mijn dank gaat speciaal uit naar Nancy De Blicq, mijn promotor, die mij tijdens het volledige proces gesteund heeft en hielp bij de opbouw van deze bachelorproef.

Graag richt ik ook een woord van dank aan alle medewerkers van Circa Cultuurcentrum Gent en in het bijzonder aan Klaartje Van der Bauwhede en Senta Kochanek, mijn mentoren. Zij gaven mij de kans om een boeiende stageperiode te beleven en leverden veel ervaringen en informatie voor deze bachelorproef.

Ook wil ik mijn ouders, zussen en vrienden bedanken voor het meermaals nalezen van dit werk en voor hun engelengeduld en talloze aanmoedigingen wanneer het schrijven iets minder vlot verliep.

Daarnaast wil ik mijn dank betuigen aan de organisaties en hun afgevaardigden die bereid waren mij te woord te staan: Fameus, SKETCH, KUNSTWERKT, S.M.A.K., STAM! Hun ervaringen hebben nieuwe perspectieven geopend binnen mijn onderzoek.

Tenslotte nog een speciaal woord van dank aan alle individuen en organisaties die mij hielpen bij het verspreiden van mijn enquête en aan de moedigen die deze bovendien ook wilden invullen.

Astrid De Bruycker
Mei 2014

Inhoud

Voorwoord	3
Inhoud	4
Inleiding	6
1. Probleemstelling en onderzoeksvraag	7
1.1. Probleemstelling.....	7
1.2. Onderzoeksvraag.....	7
1.3. Onderzoeksopzet.....	8
2. Wie is wie	8
2.1. Wat is Circa?.....	8
2.2. Wat is 'The Big Draw'?.....	8
2.3. Wat is de Week van de Amateurkunsten (WAK)?.....	10
3. Theoretische kaders	11
3.1. Cultuurcentra	11
3.1.1. Maatschappelijke en politieke achtergrond	11
3.1.2. De wettelijke initiatieven.....	12
3.1.3. De nieuwe uitgangspunten.....	14
3.2. Cultuurparticipatie	15
3.2.1. Begrippen.....	15
3.2.2. Beleving van cultuurparticipatie.....	16
3.2.3. Esthetische verwachtingen van cultuurparticipatie	17
3.2.4. Participatiedrempels.....	17
3.2.5. Deelnemen of deelhebben	20
3.3. Programmeren	21
3.3.1. Verschillende benaderingen	21
3.3.2. Waar artiesten vinden	29
3.4. Besluit.....	32
4. Praktijk.....	33
4.1. The Big Draw als 'good practice'	33
4.1.1. De organisaties in de stuurgroep.....	33
4.1.2. Doelstellingen	36
4.1.3. Doelgroepen	36
4.1.4. Toekomst	37

4.2. WAK in Antwerpen als 'good practice'	37
4.2.1. Fameus!	37
4.2.2. Groei doorheen de jaren	38
4.2.3. Liefhebber Kunstenfestival	38
4.2.4. Fameus als WAK-coördinator	40
4.3. Onderzoek	41
4.3.1. Probleemstelling	41
4.3.2. Onderzoeksvraag	43
4.3.3. Onderzoeksopzet	43
4.3.4. Verloop	43
4.3.5. De enquête	44
4.3.6. Analyse van de reacties	45
4.3.7. De interviews	59
4.3.8. Analyse van de antwoorden	59
4.4. Besluit.....	66
5. Conclusies	67
5.1. Factoren die kunstenaars of artistieke organisaties stimuleren tot deelname aan een project	67
5.2. Factoren die belemmerend kunnen werken op de deelname.....	68
5.3. Tips en aanbevelingen.....	68
6. Bibliografie.....	70
6.1. Literatuur.....	70
6.2. Websites.....	70
6.3. Bronnen die niet dienen voor publicatie.....	71
7. Bijlagen	72
7.1. Bijlage 1: Oproep kunstenaars project WAK 2014	72
7.2. Bijlage 2: Enquête.....	73
7.3. Bijlage 3: Vragen interviews	77
7.4. Bijlage 4: Informed Consent	79
7.5. Bijlage 5: Flyer deelname 'The Big Window Walk'	80

Inleiding

‘Er zou juist één grote kunstwinkel moeten zijn in de wereld, waar de kunstenaar zijn kunstwerk naar toe kan brengen en van waar hij kan meenemen wat hij nodig heeft. Zoals het nu is, moet je bijna een halve handelaar zijn.’ Zo stelde Ludwig Van Beethoven in conversaties in 1801. Meer dan 200 jaar later is dit citaat, weliswaar in andere context, nog steeds van toepassing.

Deze bachelorproef is ontstaan in overleg met Circa Cultuurcentrum Gent (verder als Circa). Bij aanvang van mijn stage was er een vaststelling die later het onderwerp van mijn eindwerk zou vormen:

Circa had gepland tijdens de Week Van de Amateurkunsten (verder als WAK) een aantal kunstenaars workshops te laten geven in bepaalde scholen van het lager onderwijs en hiervoor ook enkele voorbereidende sessies voor de kunstenaars te organiseren.

Het was de bedoeling dat ik dit project zou opvolgen gedurende mijn stage, maar dit kon niet doorgaan wegens te weinig deelnemende kunstenaars.

Dit had zeker geen invloed op de kwaliteit en leerzaamheid van de invulling van mijn stage, maar bood mij wel stof tot nadenken. Circa ervaart namelijk dat bij bepaalde projecten, het niet evident is om kunstenaars en/of samenwerkingspartners te mobiliseren of te overtuigen tot deelname. Hoewel dit bij andere projecten dan weer heel vlot gaat. In dit eindwerk zou ik graag op zoek gaan naar de factoren die het wel of niet deelnemen aan een activiteit beïnvloeden en hoe men rekening kan houden met die factoren bij andere projecten van Circa.

De titel, ‘Ctrl Kopie de succesformule van The Big Draw?’ verwijst naar één van de projecten waarbij Circa in samenwerking met andere organisaties veel kunstenaars en organisaties heeft kunnen mobiliseren. Het is hierbij de vraag of elementen van dit tekenfestival overgenomen kunnen worden voor andere projecten en welke factoren, die deelname stimuleren, hierachter schuilgaan. In een eerste deel leg ik u graag uit welke organisaties betrokken waren bij ‘The Big Draw’ en waarvoor de verschillende organisaties staan.

Vervolgens licht ik enkele theoretische kaders toe die belangrijke input kunnen bieden over onderwerpen zoals: cultuurcentra en hun werking, participatie en zijn drempels, programmeren van activiteiten,...

Als good practices koos ik enerzijds het project waaraan Circa zelf een bijdrage leverde ‘The Big Draw’, daarnaast ging ik ook eens in Antwerpen kijken bij de organisatie Fameus! En leg ik uit hoe zij hun rol als coördinator van de WAK invullen.

Door kunstenaars en organisaties te bevragen, probeer ik de invloedhebbende factoren te achterhalen. Aan de hand van mijn bevindingen maak ik een overzicht van aandachtspunten en suggesties.

Tot slot trek ik conclusies uit het geheel en probeer concrete tips en aanbevelingen aan te reiken die kunnen meegenomen worden naar volgende projecten.

Ik nodig de lezer echter uit op zoek te gaan naar creatieve oplossingen die in de praktijk haalbaar zijn. Ik licht in mijn bachelorproef de werking van enkele ‘good practices’ toe, in de hoop hier verdere inspiratie uit te putten.

Deze bachelorproef wil cultuurwerkers, organisatoren van evenementen, mensen die samenwerken met kunstenaars en geïnteresseerden informeren en inspireren.

1. Probleemstelling en onderzoeksvraag

1.1. Probleemstelling

Circa Cultuurcentrum Gent is de WAK-coördinator van Stad Gent. Dit houdt in dat zij het aanspreekpunt zijn voor Gentse amateurkunstenaars die tijdens de Week van de Amateurkunsten graag een activiteit willen organiseren. Dit kan gaan van kleine interventies op een tentoonstelling gaan tot grote activiteiten in de gemeente of stad. Van een WAK-coördinator wordt verwacht dat deze de activiteit van zijn haar gemeente of stad centraliseert en registreert in de databank. Hij is de contactpersoon tussen het Forum voor Amateurkunsten en de kunstenaars uit zijn buurt, ook gebeurt via deze coördinator de distributie van het promotiemateriaal en dergelijke.

In 2012 was het thema van de WAK 'Homemade'. In dit kader zette Circa een eerste editie van het project 'Huisvuiltuig' op als eigen activiteit tijdens de WAK. Hierbij werden kunstenaars uitgenodigd om een workshop uit te werken gericht op kinderen in het basisonderwijs. Circa biedt ondersteuning aan de kunstenaars bij het ontwikkelen van de workshop en organiseert de toepassing van de workshops in een aantal klassen gedurende de Week van de Amateurkunsten.

In 2013 werd dit concept herhaald in samenwerking met Kleur Bekennen, een initiatief dat leerkrachten stimuleert, ondersteunt om in de klas te werken rond wereldburgerschap.

In 2014 wou men dit succesvol initiatief herhalen en nog uitbreiden. Het was de bedoeling om meer kunstenaars dan het voorbije jaar te betrekken bij de activiteit en ook met hen twee halve dagen voor te bereiden. Op deze voorbereidingsdagen wilde men MUS-E Belgium ('Open platform voor kunstenaars en co-creatie') en WOCK (een cel binnen de pedagogisch begeleidingsdienst) betrekken. Het voorgaande jaar was er bij de samenkomst eigenlijk enkel ruimte om de eigen workshops aan elkaar voor te stellen maar dit jaar wou men op een meer interactieve manier aan de slag. Hierbij was het de bedoeling om inspiratie op te doen, kritisch de eigen praktijk te bekijken, elkaar feedback te geven over ideeën voor de workshops,... De oproep tot deelname werd verspreid via dezelfde media als in 2012. De oproep zelf kan u terugvinden in bijlage 1 op pagina 72. Er waren drie kunstenaars die een voorstel indienden. Dit aantal was te weinig om de samenwerking met andere organisaties en verschillende scholen op te zetten en er werd besloten het project dit jaar niet te laten doorgaan.

Circa Cultuurcentrum Gent ondervindt bij bepaalde projecten moeilijkheden om samenwerkende partners of kunstenaars te vinden. Vooral tijdens de Week van de Amateurkunsten (WAK) waar zij de coördinator zijn van de stad Gent, is dit voor hen opvallend. Hoewel zij bij andere projecten succesvolle ervaringen hebben.

1.2. Onderzoeksvraag

Welke factoren spelen een rol voor kunstenaars of organisaties om al dan niet deel te nemen aan een project en wat kan Circa ondernemen om de deelname van kunstenaars of artistieke organisaties in de toekomst te verhogen?

1.3. Onderzoeksopzet

Met het onderzoek wil ik:

Succesfactoren van goed draaiende activiteiten in kaart brengen. Zo heb ik initiatiefnemende organisaties van 'The Big Draw', waar Circa zelf ook aan meewerkte en het Liefhebber Kunstenfestival in Antwerpen gecontacteerd.

Door de kunstenaars, organisatoren, samenwerkingspartners te bevragen wil ik kijken of verschillende partijen 'The Big Draw' als een succesformule ervoeren en welke factoren hier een belangrijke rol in spelen.

Door Fameus in Antwerpen te bevragen wil ik kijken hoe een andere stad de WAK en de rol als coördinator aanpakt.

Tenslotte wil ik uit dit alles besluiten trekken en bevindingen of suggesties formuleren die bruikbaar zijn in de praktijk voor toekomstige projecten van Circa.

2. Wie is wie

2.1. Wat is Circa?

Circa is het cultuurcentrum van de stad Gent.

Circa wil een cultureel aanbod verspreiden in de Gentse regio, dit door enerzijds eigen projecten te ontwikkelen en daarnaast door projecten te organiseren in samenwerking met andere partners. Daarnaast wil Circa ook kunstenaars of organisaties ondersteunen en helpen bij de verwezenlijking van hun project. Ze begeleiden hen tijdens het hele proces en willen hen de kans bieden een ruimer publiek te bereiken.



Circa is een nomadisch Cultuurcentrum, er is dus geen vaste locatie voor hun evenementen maar men zoekt bij elk thema de meest geschikte locatie. Dit kunnen gekende plekken zijn, bijvoorbeeld de Stadshal of het Citadelpark. Maar door de verscheidenheid aan activiteiten en de zoektocht naar een passend kader komen zij ook terecht bij onverwachte, minder gekende en/of bezochte plekken in Gent. Denk hierbij aan de Gentse Haven, de universitaire plantentuin, Gentse woonkamers,...

Bij elk evenement werkt Circa samen met andere organisaties, kunstenaars, buurtbewoners en vrijwilligers. Zo willen zij naast artistiek talent ook de buurt betrekken bij culturele evenementen. (Circa Cultuurcentrum Gent, 2008)

2.2. Wat is 'The Big Draw'?

'The Big Draw' is ontstaan in Londen, waar The Campaign for Drawing in 2000 een eerste editie organiseerde. Wat ontstaan is als een eendaags nationaal tekenfestival is door het grote succes uitgegroeid tot een jaarlijks tekenfeest. 'The Big Draw' werd overgenomen door steden in meer dan 20 andere landen. Na Londen volgden onder andere Berlijn, Barcelona, Los Angeles, Chicago, New York, en in 2013 dus ook... Gent. (The big Draw, 2013)



'The Big Draw' heeft als uitgangspunt: IEDEREEN KAN TEKENEN! Daarom tracht men zoveel mogelijk mensen aan te zetten om vooral te experimenteren, tekenen, schilderen,... tijdens het 3 dagen durende festival dankzij verschillende workshops en tekeninitiatieven. Daarnaast is er heel wat te bezichtigen zoals: lezingen, filmvertoningen, raamtekeningen verspreid in de stad,...

Dit van oorsprong Engels project vond zijn inspiratie bij de Victoriaanse kunstenaar en schrijver John Ruskin, die een grote invloed had op het Engelse culturele leven. In 1871 stichtte hij de Guild of St George, deze moest de basis leveren voor de opleiding van Engelse ambachtlieden en spant zich tot op de dag van vandaag in om de nagedachtenis en de denkbeelden van haar stichter in leven te houden. Vooral Ruskins principe dat tekenkunst de sleutel is tot inzicht en kennis en het ons helpt denken, creëren en communiceren wordt nog steeds sterk gepromoot.

The Campaign for Drawing is een onafhankelijke liefdadigheidsorganisatie, die tekenkunst wil promoten en toegankelijk maken voor mensen van alle leeftijden en voor mensen uit alle maatschappelijke klassen, zowel in Engeland als overzee. Hierdoor wil men mensen meer betrekken bij culturele activiteiten die als doel hebben de emotionele en intellectuele ontwikkeling te stimuleren, de culturele appreciatie te vergroten en het verstand aan te scherpen.

De organisatie heeft met haar vele acties een nieuwe appreciatie voor de waarde van tekenen gecreëerd. Tekenend als een manier om mensen opnieuw te leren zien, denken, uitvinden en actie te ondernemen. Door te tekenen krijgen we een ander, klaarder beeld op de wereld, kunnen we onze gedachten beter ordenen en kunnen we ze effectiever en duidelijker communiceren. (KUNSTWERKT, 2013)

Initiatieven van The Campaign for Drawing

Naast het jaarlijkse tekenfestival organiseert The Campaign for Drawing ook een tekenprogramma voor volwassenen zonder tekenervaring: 'Come draw with me'. Door het hele jaar door speciale activiteiten te organiseren, en door op hun webpagina een eenvoudige gids rond het organiseren van tekenevenementen aan te bieden, willen ze tekenen op zoveel mogelijk manieren naar de mensen brengen. Ook ontwierp men een 18 maanden durend trainingsprogramma voor leraren in het kunstonderwijs: TEA (thinking, expression and action). Hiermee wil de organisatie het professionele onderwijs veranderen en verbeteren, en wil men de ervaring van studenten met kunst binnen en buiten het klaslokaal intensiveren. (KUNSTWERKT, 2013)

The Big Draw

Bij het ontstaan in Londen als eendaags project kon men al rekenen op ongeveer 180 partnerorganisaties. In 2011 is dit echter al gegroeid tot een jaarlijks tekenfeest dat de hele maand oktober duurt en met 1300 partnerorganisaties en meer dan 260 000 deelnemers. Acties werden over het hele land georganiseerd in galerijen, musea, erfgoed- en andere culturele sites, scholen, bibliotheken en andere gemeenschapsfaciliteiten, zowel individueel als in samenwerking.

In Engeland wordt elk Big Draw-seizoen geopend met een nationaal lanceringmoment van hoog niveau, waarnaast er ook nog verschillende kleinschaligere regionale lanceringmomenten worden georganiseerd. Ook wordt elk jaar een Drawing Inspiration Award uitgereikt aan de organisaties die 'The Big Draw' gebruiken om nieuwe en effectieve manieren te vinden om een nieuw publiek te bereiken. Deze award helpt 'The Big Draw' ook om kwalitatieve en langdurige partnerschappen tot stand te brengen. De activiteiten van de winnende organisaties worden ook gedocumenteerd, waardoor ze als inspiratie kunnen dienen voor andere organisaties. (KUNSTWERKT, 2013)

2.3. Wat is de Week van de Amateurkunsten (WAK)?

De WAK zet jaarlijks 10 dagen de spotlights op amateurkunstenaars. Het is een initiatief van het Forum voor Amateurkunsten en wordt uitgespeeld op Vlaams niveau. De WAK wil die duizenden mensen, die in hun vrije tijd kunst beoefenen, zichtbaar maken, over de verschillende disciplines heen. Dansers, schrijvers, beeldend kunstenaars, zangers, muzikanten, toneelspelers, fotografen,... iedereen kan meedoen met de WAK. Alle activiteiten over heel Vlaanderen en Brussel, van huiskamerconcert tot heuse tentoonstelling, worden gebundeld onder de Week van de Amateurkunsten.



Steden en gemeenten kunnen zich inschrijven voor de WAK, maar ook individuele kunstenaars.

Deelname aan de WAK kan volgens volgende voorwaarden:

- De activiteiten moeten plaatsvinden in de periode van de WAK: telkens de periode vanaf de laatste vrijdag van april tot en met het eerste weekend van mei.
- De activiteiten moeten onder de noemer 'kunsten' vallen.
- Het promotiemateriaal moet het logo van de WAK dragen.

Veel gemeenten hebben een WAK-coördinator, deze is de tussenpersoon tussen het Forum en de lokale amateurkunstenaars en fungeert als spilfiguur en het aanspreekpunt van de WAK op lokaal niveau. De WAK-coördinator leidt alles in goede banen, voorziet de juiste contacten, zorgt vaak voor de communicatie over en coördinatie van het plaatselijke WAK-programma. (Forum voor Amateurkunsten, 2014, online)

Circa is de WAK-coördinator van stad Gent. In het kader van de WAK 2013 werd het project 'Huisvuiltuig' georganiseerd door Circa. Hierbij gaven kunstenaars workshops in de klassen. Er was gepland om dit succesvol concept te herhalen tijdens de WAK 2014 en dit nog uit te breiden door workshops en ontmoetingsdagen te organiseren voor de kunstenaars, meer klassen aan te spreken,... Helaas waren er te weinig kunstenaars kandidaat om deel te nemen. En dààr knelt nu het schoentje!



(Forum voor Amateurkunsten, 2014, online)

3. Theoretische kaders

Alvorens tot mijn onderzoek over te gaan, is het interessant om ons even te buigen over de historiek van en regelgeving voor cultuurcentra in Vlaanderen. Ontwikkelingen uit de geschiedenis kunnen verklarend zijn voor keuzes of werkwijzen van vandaag. Ook het belang van cultuurparticipatie en hoe die te bevorderen wil ik in dit deel duiden aan de hand van verschillende betekenissen die aan cultuurparticipatie worden gegeven. Daarnaast geef ik graag nog enkele participatiedrempels mee om te duiden welke factoren deelname kunnen belemmeren, met dit overzicht tracht ik aan te tonen dat die redenen om niet deel te nemen heel verscheiden en persoonlijk kunnen zijn. Tot slot beschrijf ik een bijdrage rond programmeren in cultuurcentra, hierin worden de sterke en zwakke kanten van bepaalde methoden belicht. Ik vind dit onderwerp relevant omdat de manier van programmeren een grote invloed kan hebben op de deelname aan projecten.

3.1. Cultuurcentra

3.1.1. Maatschappelijke en politieke achtergrond

Culturele centra zijn een geesteskind van het begin van de 'Westerse' jaren '60. In tegenstelling tot de periode vanaf 1968, die een scherpe kritiek leverde op die Westerse maatschappij, heerste er in het begin van de jaren '60 nog het geloof in een maakbare, welvarende, democratische en menselijke samenleving. De negatieve gevolgen van de Tweede Wereldoorlog waren verwerkt en men was beland in een economische expansieperiode, de zogenaamde 'Golden Sixties'.

Drie grote maatschappelijke tendensen kunnen dit illustreren.

De eerste tendens was de **toenemende overheidsinterventie**, ook op het cultureel vlak. De overheid kreeg een primordiale rol in het verzekeren van welvaart en welzijn en moest regulerend en corrigerend optreden. Actieve bevordering van de cultuur werd een belangrijke overheidstaak. De oprichting van een autonoom Ministerie van Cultuur (Vlaanderen kreeg binnen de staatsstructuur van België steeds meer eigen bevoegdheden) creëerde extra mogelijkheden in dit verband. Het nieuwe Ministerie had weinig 'ballast' uit een zwaar verleden en moest zijn bestaansrecht bewijzen: de uitbouw van een netwerk van door de overheid ondersteunde culturele centra was één van de elementen van een expansieve politiek van marktbezetting.

De tweede tendens was de **roep naar democratisering**. Dit was het vijfde democratiseringsstadium. De politieke, de sociale, de economische democratisering en de democratisering van het onderwijs gingen hieraan vooraf. De democratisering van het onderwijs stond trouwens model voor de democratisering van de cultuur via de culturele centra: infrastructuur (scholen/culturele centra), mensen (onderwijzend personeel/cultuurfunctionarissen) en financiële middelen (werkingsmiddelen). De democratisering van de cultuur dekte twee inhouden: cultuurspreiding (cultuur toegankelijk maken voor ruime lagen van de bevolking: verhogen van de participatie) en cultuurexpressie (zelf cultureel actief zijn).

De derde tendens was de **crisis van de zuilen**. De oude zuilenstrijd (ideologische zuilen: katholieke, socialistische, liberale, vrijzinnige,...) leek voorbijgestreefd en pluralisme werd het nieuwe kapstokwoord. De culturele centra werden ontworpen als ideologisch ongebonden ontmoetingscentra waar mensen en verenigingen van alle 'gezindheden' (alle zuilen) zich thuis voelen én elkaar ontmoeten. De culturele centra waren niet zozeer tegen de verzuiling als wel het

dak boven het hoofd van de zuilen, vandaar het sterke benadrukken van de receptieve functie in de werking van de culturele centra.

Deze trends zijn niet alleen de externe achtergrondoorzaken die tot het ontstaan van de culturele centra geleid hebben maar ze vormen eveneens de drie basisdimensies van de culturele centra: de bevordering vanuit de overheid van de democratisering van cultuur in niet-verzuilde ontmoetingscentra.

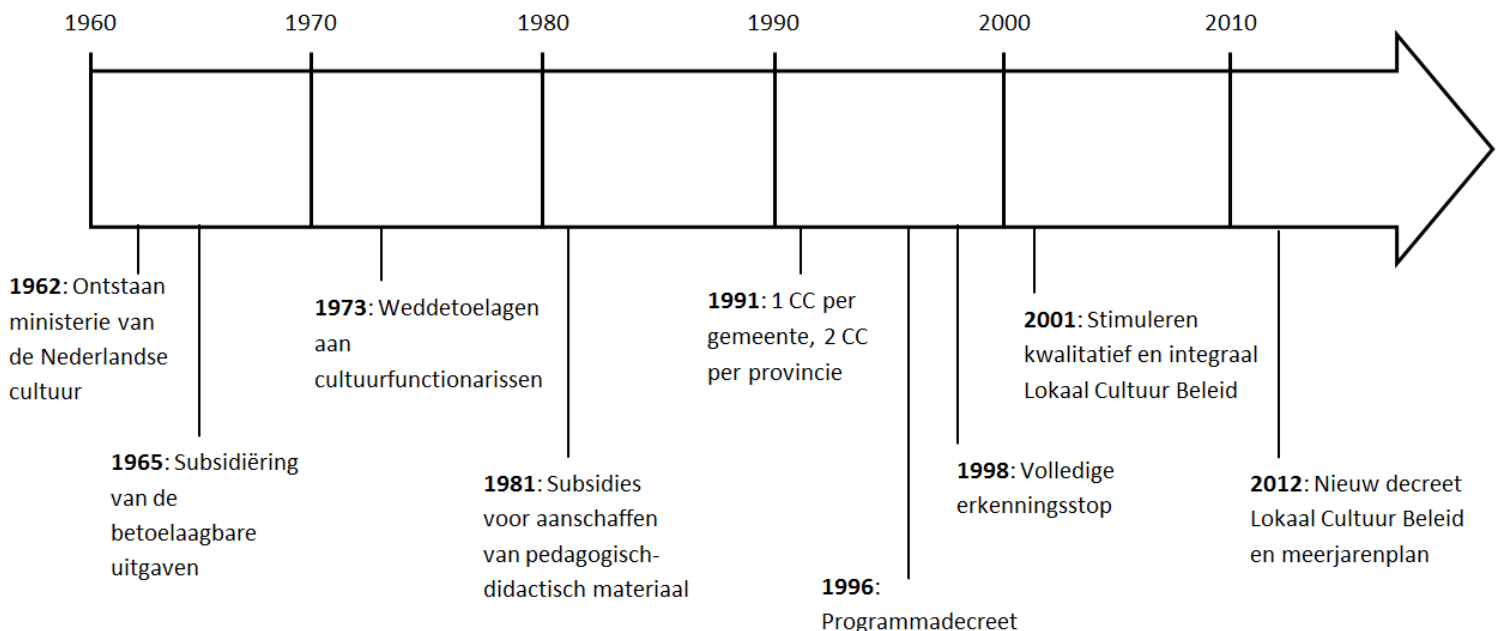
De drie basiskenmerken van een cultureel centrum kunnen we dus samenvatten als:

- een overheidsinitiatief
- gericht op democratisering van de cultuur
- in niet-verzuilde, pluralistische ontmoetingscentra

(Vereniging Vlaamse Cultuurcentra, 2009, online)

3.1.2. De wettelijke initiatieven

Het is niet onbelangrijk het ontstaan en de evolutie van de culturele centra te schetsen aan de hand van de wettelijke bepalingen en decreten die hieromtrent uitgevaardigd zijn. Dit omdat Circa het cultuurcentrum van de Stad Gent is en om het heden te begrijpen de geschiedenis vaak verklarend kan zijn. Ik heb een tijdlijn opgemaakt van de verschillende belangrijke invoeringen of wijzigingen, om op die manier duidelijker een overzicht te bieden van de evolutie doorheen de jaren. Meer info leest u per jaartal in de daaropvolgende tekst.



1962

Elk verhaal over het ontstaan en de ontwikkeling van de sector van de culturele centra in Vlaanderen begint in 1962 met de **oprichting van een autonoom werkend ministerie van de Nederlandse Cultuur**, op dat moment nog binnen de nationale regering. De toenmalige minister, Renaat Van Elslande, gaf aan de 'Studiegroep voor Cultuurbevordering' van de Katholieke Universiteit Leuven de

opdracht tot een wetenschappelijke studie over de culturele infrastructuur, de cultuurfunctionaris en de financiering van de nieuwe cultuurpolitiek.

1965

Reeds midden in de jaren zestig werd de bouw van een cultureel centrum gestimuleerd door de wetgeving inzake de **subsidiëring van de betoelaagbare uitgaven** (KB van 13 mei 1965, aangevuld en vervangen door het KB van 22 februari 1974). Deze wetgeving voorzag in een toelage van 60% op de ruwbouw van een cultureel centrum. Dit KB heeft in vele gemeenten het licht op groen gezet voor de bouw van een nieuw cultureel centrum.

1973

Het 'decreet van 16 juli 1973 betreffende de toekenning van **weddentoelagen aan cultuurfunctionarissen** werkzaam in erkende culturele centra die het culturele leven in de Nederlandstalige gemeenschap bevorderen'. Dit decreet regelde in eerste instantie de toekenning van weddentoelagen aan cultuurfunctionarissen werkzaam in erkende culturele centra. De culturele centra werden erkend op basis van een aantal algemene erkenningvoorwaarden en ingedeeld in vier categorieën (A,B,C en D).

1981

Aansluitend bij het decreet van 16 juli 1973 stelt de Vlaamse Gemeenschap via het 'decreet houdende de rijkssubsidieregeling voor de pedagogisch-didactische uitrusting van erkende culturele centra' van 28 januari 1981 **uitrustingstoelagen** ter beschikking van de erkende culturele centra voor het **aanschaffen van pedagogisch – didactisch materiaal**.

1991

Het decreet van 24 juli 1991 beperkt de toelagen niet meer tot weddentoelagen maar heeft het over 'subsidies voor de werking'. Belangrijk in dit decreet is ook het feit dat er **per gemeente slechts één cultureel centrum** wordt erkend. Dit was nodig omdat er na de fusies van de gemeenten in sommige gemeenten meerdere culturele centra erkend waren. De gemeente kan dan één van deze culturele centra als hoofdcentrum laten erkennen, de andere als wijkcentrum. Nieuw is ook de erkenning van **twee provinciale culturele centra per provincie**.

1996

Via het **programmadedcreet** van 20 december 1996 werd een volledige erkenningstop ingevoerd vanaf 1 januari 1998, zowel voor nieuwe culturele centra als voor personeelsuitbreiding in de tot dan erkende culturele centra. Dit gebeurde met de formele belofte dat er tegen 1 januari 1998 een nieuw decreet zou zijn. Dit nieuwe decreet kwam er ... vanaf 1 januari 2002.

2001

Het 'decreet van 13 juli 2001 houdende het **stimuleren van een kwalitatief en integraal lokaal cultuurbeleid**'.

In de loop van de jaren '90 is de sector culturele centra enorm gegroeid, zowel kwantitatief (van 60 naar 100 culturele centra), als kwalitatief door de toename van het aantal professionele krachten. Nochtans kwam er langzaam ook meer en meer kritiek op het decreet van 1991, vooral op de zuiver kwantitatieve benadering. Dit decreet beoordeelt alles via aantal zitplaatsen, aantal vierkante meter,

aantal vergaderlokalen,... Bovendien was de indeling in 3 categorieën te beperkt om de grote diversiteit in de werking van de culturele centra te honoreren. Er startte dus een nieuwe onderhandelingsronde in functie van een nieuw decreet. Maar omdat op dat moment de financiële middelen ontbraken, sprongen de gesprekken tussen de overheid en de sector snel af. De toenmalige minister koos dan maar voor een afkoelingsperiode. Zoals in het vorige punt reeds aangehaald werd er vanaf 1 januari 1998 een erkenningstop ingevoerd in afwachting van een nieuwe wettelijke regeling. De verkiezingen van 1999 leverden een nieuwe meerderheid en dus een volledige nieuwe regering op. (Vereniging Vlaamse Cultuurcentra, 2009, online)

3.1.3. De nieuwe uitgangspunten

Op 6 juli 2012 werd het **vernieuwde decreet Lokaal Cultuurbeleid** goedgekeurd. Dit vervangt het decreet van 13 juli 2001 en is integraal in werking getreden op 1 januari 2014. Het basisidee dat aan de grondslag lag van het decreet van 2001, namelijk dat gemeenten de kans krijgen een kwalitatief cultuurbeleid op maat te ontwikkelen en hiervoor middelen krijgen van Vlaanderen, blijft ook in het vernieuwde decreet het uitgangspunt. Vernieuwend is de aandacht voor een 'duurzaam' lokaal cultuurbeleid.

Ook de koppeling van die Vlaamse middelen aan de uitvoering van het lokaal cultuurbeleid verloopt volgens een nieuw stramien. Hierdoor krijgen de lokale besturen meer vrijheid om een aantal Vlaamse prioriteiten in hun eigen beleid vorm te geven. Sectorale plannen waarvan het cultuurbeleidsplan een voorbeeld is worden afgeschaft en vervangen door een strategische **meerjarenplanning** van de gemeente wat zorgt voor planlastvermindering. (Bartholomeus et al., 2011, p.23-33)

BBC

Om de gemeenten in staat te stellen met dit decreet te werken werd een instrument ontwikkeld waarmee de lokale besturen hun meerjarenplannen konden opmaken. Dit instrument is de nieuwe beleids- en beheercyclus (BBC).

Dit is een digitale tool waarin de lokale besturen hun beleidsdoelstellingen, actieplannen en acties kunnen bekendmaken en er meteen de budgetten aan kunnen verbinden.

Dit beleidsinstrument maakt het mogelijk dat de gemeentebesturen hun inhoudelijk en financieel beleid kunnen plannen, evalueren en bijsturen. Het is een geïntegreerd werkinstrument omdat alle aspecten van het gemeentelijk beleid erin worden behandeld.

Het is een cyclus omdat gemeentebesturen erin telkens opeenvolgend:

- hun beleid plannen in een meerjarenplan
- het beleid financieel vertalen of budgetteren
- registreren of de uitgaven en inkomsten verlopen zoals gepland in de boekhouding
- rapporteren over het gevoerde beleid en het indien nodig evalueren en bijsturen

Hoewel de regels die vastgelegd zijn voor elke Vlaamse stad of gemeente hetzelfde zijn, is er ruimte gelaten voor gemeentebesturen om een eigen invulling te geven. Zij kunnen echt op maat werken in hun eigen gemeente.

Het meerjarenplan

Het eerste jaar is het planningsjaar en hierin maakt het gemeentebestuur het meerjarenplan op voor de komende zes jaar.

De eerste opdracht is een 'omgevingsanalyse' te maken om het gemeentebestuur een duidelijk overzicht te geven van de omgeving en voor wie ze beleid voert.

Daarna dienen 'doelstellingen' geformuleerd te worden, die in 'actieplannen' meer concreet gemaakt worden. Per actie dient ook de voorziene timing en budget geformuleerd te worden.

Er wordt een onderscheid gemaakt tussen prioritaire doelstellingen en het overig beleid. (Bartholomeus et al., 2011, p.23-33)

3.2. Cultuurparticipatie

Wat is nu juist cultuur en vanaf welk moment kan je jezelf een participant noemen? Er bestaan heel veel verschillende begripsomschrijvingen maar ik koos bewust om onderstaande op te nemen in mijn bachelorproef. Dit omdat hier de verschillende betekenissen belicht worden en men zich niet beperkt tot één zijde van cultuur. Ik vind het ook de verantwoordelijkheid van een cultuurcentrum om cultuur ruim te bekijken en de verschillende dimensies evenwichtig op te nemen in hun programma.

3.2.1. Begrippen

Definiëring begrippen cultuur en cultuurparticipatie

Cultuur: dit begrip is afkomstig van het Latijnse *Colere* wat betekende: 'het bewerken van grond, verzorgen, vereren.' Dit evolueerde tot *Cultura*: 'ingrijpen in de cultuur'.

En dit begrip werd op zijn beurt *Cultus* wat 'eredienst, ophemelen, vereren' betekende.

Cultuur vandaag wordt op andere manieren ingevuld:

- Subculturen:
Zo wordt er gesproken over de politieke cultuur, eetcultuur, open debatcultuur, ...
- Etnografisch:
van het beschrijven van de cultuur van 'vreemde volkeren' naar beschrijven van de zeden en gewoontes van allerlei 'soorten' groepen. Bijvoorbeeld: Arabische cultuur, Europees-christelijke cultuur, jongerencultuur, arbeiderscultuur ...
- Cultuursociologische betekenis:
Een cultuur is een wijze van slapen, baden, voedsel bereiden, eten en werken. Een cultuur is de wijze waarop we ons kleden, huizen bouwen, een brief schrijven, ons verplaatsen, op café gaan. Een cultuur omvat de wijze waarop we met vreemden omgaan, onze vrienden begroeten, een gezin stichten en onze kinderen opvoeden.
- Cultuur als kunst:
Producten van geestelijke verfijning die vaak cultuur met de grote 'C' genoemd worden en gezien worden als een onderscheidingsmiddel tussen een elitaire bovenlaag en het gewone volk. Waarbij vaak het doel gesteld wordt om aan 'cultuurverheffing' of 'cultuurspreiding' te

doen. Via deze twee laatstgenoemde werkwijzen wil men de hoge cultuur, verfijning overbrengen van de hoge naar lage cultuur. (De Droogh, L., 2013)

Definitie Cultuur

De cultuur van een gegeven gemeenschap is het geheel van waarden, normen, gedragsmodellen, instituties, kennis, wetenschap en ideeën, en materiële producten en kunstvoorwerpen waarover die gemeenschap beschikt. (Lombaert, 2006).(De Droogh, L., 2013)

In deze definitie worden verschillende aspecten belicht:

Cognitieve component

- Alle vormen van kennis en wetenschap die een samenleving in de loop van haar geschiedenis heeft verzameld.
- Rol van taal: als communicatiemiddel en manier om de werkelijkheid te ordenen en te interpreteren.
- Expressieve ideeën: de plastische kunsten, de architectuur, de kleding, de lichaamsopsmuk, de muziek, de dans en de literatuur van een volk = CULTUUR in de ENGE ZIN

Lerende component

- Cultuur wordt door middel van leerprocessen verworven, zoals bijvoorbeeld socialisatie.
- In sociaal cultureel werk staan leerprocessen centraal.
- Belangstelling voor kunst en cultuureducatie.
- Verschuiving van informeel leren naar niet formele en zelfs formeel leren.

(De Droogh, L., 2013)

Definitie participatie

"Participatie is meer dan inspraak: het geeft ruimte aan engagementen in een organisatie of samenleving. Participatie is een leerproces tussen deelnemers, waarmee betrokkenheid, vertrouwen en draagvlak voor beslissingen wordt verkregen. Het gaat hierbij om open processen, waarin ruimte en tijd is voor het uitwisselen van meningen, het bouwen aan gedeelde visies en acties (cocreatie) en het leren omgaan met verschillen." – Stef Steyaert (Afdeling communicatie Vlaamse overheid, 2013, online)

3.2.2. Beleving van cultuurparticipatie

Het in kaart brengen van bepaalde aspecten van de beleving van cultuurparticipatie kan helpen om te differentiëren tussen cultuurparticipanten. Onder beleving vallen zowel motieven om aan cultuurvormen deel te nemen, verwachtingen waarmee geparticipeerd wordt als achterliggende oriëntaties bij de omgang met cultuur.

Motieven tot participatie

Aan de hand van een opdeling bestaande uit vijf dimensies tracht men een overzicht te bieden van de verschillende motieven. De **intrinsiek eventgebonden** motieven duiden op bezoekmotivaties die eigen zijn aan de voorstelling, het concert, de collectie of het evenement.

De **intrinsieke motieven** verbonden aan de kunstvorm refereren aan een meer algemene motivatie die ruimer is dan het evenement op zich. Hieronder vallen redenen zoals: de speciale sfeer, het zich

willen laten verrassen door iets nieuws, de eigenheid van het buitenshuis participeren en het programma van het inrichtende cultuurhuis.

Extrinsieke redenen hebben weinig te maken met het artistieke maar veeleer met het hele gebeuren rond een activiteit of project. De motieven kunnen opgedeeld worden in enerzijds redenen die specifiek te maken hebben met media-invloeden zoals het horen of zien van reclamespotjes, flyers of het lezen van een bespreking. Maar anderzijds spelen ook sociale motieven zoals meegevraagd worden, het samen zijn met vrienden of om er eens 'uit te zijn'.

Conditionele motieven geven aan dat de activiteit 'verplicht' was in het kader van bijvoorbeeld het werk, studies of in de marge van een uitstap.

Tot slot neemt men **ontspanning** ook expliciet op als motivatie.

(De Droogh, L., 2013)

3.2.3. Esthetische verwachtingen van cultuurparticipatie

De theorievorming over deze verwachtingen kan gekaderd worden binnen het werk van Roose en Waege (2003) die de verwachtingen met betrekking tot kunstdeelnamen opdelen in vier functies:

De magische functie: verwijst naar het potentieel meeslepene karakter van cultuur. Deze bevat twee aspecten: enerzijds speelt een emotivistische, anderzijds een escapistische verwachting. In het eerste geval gaat het om gevoelsmatige uitwerking, bij het tweede aspect is het entertainment belangrijk: cultuur omdat het spannend, humoristisch is en even de alledaagse werkelijkheid doet vergeten.

De cognitieve functie: hangt samen met de informatieve waarde van cultuur: het participeren aan diverse culturele praktijken wordt gewaardeerd omwille van de kennisoverdracht. Duidelijkheid, onpartijdigheid en waarheidsgetrouwheid worden daarbij het meest op prijs gesteld.

De normatieve functie: duidt op het normgevende karakter ervan. Van cultuur wordt verwacht dat ze fungeert als drager van een morele of ideologische boodschap over hoe de wereld zou moeten functioneren. Cultuurbezoekers verwachten aanklachten tegen onrecht en onderdrukking, een maatschappijkritische houding, sociaal engagement en uitgedragen waarden.

De mimetische functie: heeft te maken met de manier waarop, met behulp van middelen die eigen zijn aan de cultuurvorm in kwestie, getoond wordt hoe met de werkelijkheid wordt omgegaan. Deze functie nodigt de toeschouwer of deelnemende kunstenaar uit om betekenis te gaan zoeken in de vorm en inhoud van de activiteit door deze te vergelijken met andere kunstuitingen. Een persoon die veel belang hecht aan deze functie verwacht vernieuwing, originaliteit en uitdaging.

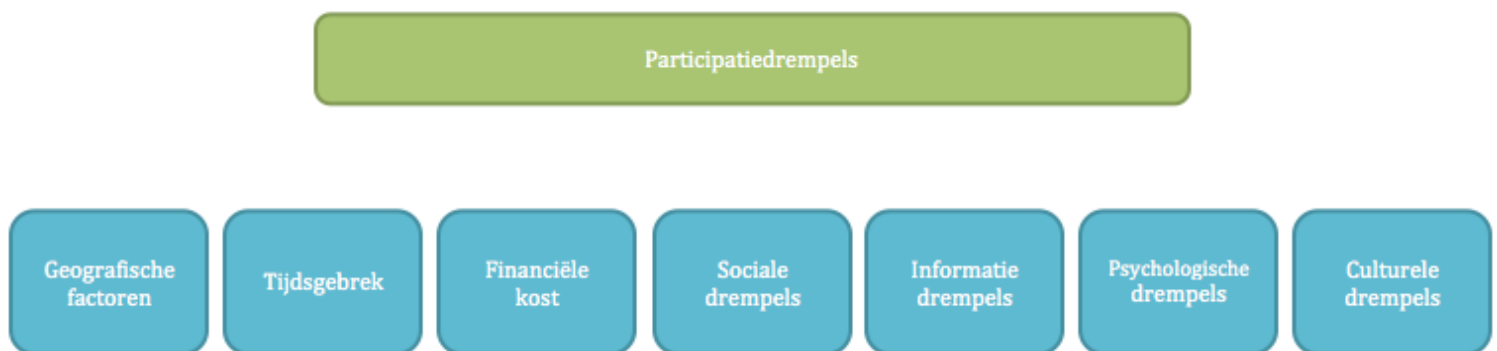
(Lievens, J., Waege, H., De Meulemeester, H., 2006, p.39)

3.2.4. Participatiedrempels

Een van de belangrijke doelstellingen van het huidige cultuurbeleid is het wegwerken van participatiedrempels. Het doel om zoveel mogelijk drempels weg te werken die de toegang tot cultuur belemmeren, kadert in het idee dat cultuur een universeel recht is en dat elk individu cultureel potentieel heeft. Om dit doel te verwezenlijken is er nood aan informatie over welke drempels spelen en welke verschillen er zijn tussen bevolkingsgroepen. Zoals voor deze volledige bachelorproef geldt is participatie in de literatuur vooral beschreven vanuit het standpunt van de bezoekers. Naar mijn mening is een kunstenaar of organisatie die deelneemt of helpt bij de creatie

van een project, in zeker opzicht ook een bezoeker. Ook voor hen zijn er dus participatiedrempels die hun keuze om deel te nemen beïnvloeden.

Hieronder tracht ik een opsomming en verduidelijking te geven van de participatiedrempels die van toepassing kunnen zijn, deze opsomming is niet limitatief en is het resultaat van het naast elkaar leggen van verschillende teksten uit het boek 360° participatie door Marjolein Bultynck, een opsomming van drempels uit het boek Cultuurkijker, cultuurparticipatie gewikt en gewogen door John Lievens, Hans Waege en Han De Meulemeester en uit eigen ervaringen rond participatiedrempels.



Geografische factoren

De af te leggen afstand (in tijd of kilometer), de bereikbaarheid van de locatie, de mogelijkheid tot het gebruik van het openbaar vervoer en de veiligheid van de omgeving waar het evenement plaatsvindt kan de cultuurdeelname beïnvloeden. Bij kunstenaars of samenwerkende organisaties denk ik hier ook aan drempels zoals: de kunstenaar beschikt niet over de middelen om zijn werk of installatie te verplaatsen, op de locatie van het project is er geen ruimte voor de workshop die de kunstenaar voor ogen had, de afstand naar het project is te groot om elke dag heen en weer te reizen,... In mijn onderzoek zal ik nagaan of hier nog andere elementen een rol kunnen spelen.

Tijdsgebrek

Wanneer men werkt met (amateur)kunstenaars of partners die vooral kunst in hun vrije tijd beoefenen, is het niet altijd evident om deel te nemen aan projecten in combinatie met hun job of andere verplichtingen. Bijvoorbeeld ook de aanwezigheid van kinderen in een gezin vergroot de tijd die aan zorg moet besteed worden en kan op die manier cultuurdeelname verhinderen. De openingsuren van het project stroken niet altijd met de tijdsindeling op het werk of andere verplichtingen. Voor sommige bezoekers of kunstenaars kan het ook soms moeilijk zijn om te plannen op lange termijn of een langdurig engagement aan te gaan.

Financiële kost

Dit is een vaak gehoord argument om niet deel te nemen aan allerhande vrijetijdsbestedingen. Voor de meeste culturele activiteiten moet je betalen om toegang te krijgen: inschrijvingsgeld, ticket of lidgeld. Zelfs als de toegang gratis of heel goedkoop is, moeten dikwijls nog kosten gemaakt worden voor vervoer, kinderopas, uniform of sportkleding en attributen. Commercialisering van activiteiten

voor kinderen kan een extra gewicht op de schouders leggen. Het probleem is dat niet enkel de toegang erg duur is, maar dat gezinnen op de dag zelf nog eens overladen worden met de mogelijkheid allerhande gadgets aan te kopen.

De financiële drempel is de vaakst vernoemde maar ook diegene waaraan vaak het eerst wordt gewerkt. Via allerhande kortingen tracht men deze drempel te verlagen en de toegang voor een zo breed mogelijk publiek mogelijk te maken. Deze drempel is vooral van toepassing op bezoekers aangezien kunstenaars of organisaties die deelnemen aan een project volgens mij zelden hiervoor hoeven te betalen, hoewel hier ook kan gedacht worden aan kosten van het materiaal, verplaatsing, kinderoppas,... .

Sociale drempels

Hoe vaak gaan mensen alleen ergens naartoe? Het is volgens mij ook altijd leuker om zaken samen met iemand te beleven en achteraf ervaringen en meningen te delen. Ook fysieke beperkingen en gezondheidsproblemen kunnen deze drempel verhogen. 'Is het niet makkelijker gewoon thuis te blijven dan de hele tijd om hulp te moeten vragen of aangestaard te worden?' 'Zal er wel een ingang zijn voor rolwagens?'...

Ook zijn er mensen met weinig tot geen ervaring met vrijetijdsbesteding. Ze worden niet van kindsbeen af gestimuleerd om aan activiteiten in de sfeer van cultuur, sport en jeugdwerk deel te nemen. Dit kunnen belangrijke voorwaarden zijn om later ook sneller de stap naar dit soort activiteiten te zetten. Wie nooit heeft geleerd hoe zich bij deze activiteiten te gedragen en zich daardoor ongemakkelijk voelt, krijgt al snel het gevoel er niet bij te horen. Er komen heel wat onzekerheden bij kijken, denk maar aan 'Waar moet ik mijn jas ophangen? Kost dit geld? Hoe moet ik mijn ticket laten controleren? Moet ik een drankje kopen tijdens de pauze?'

Ook voor kunstenaars kan deze drempel bepalend zijn. 'Zal mijn werk wel geapprecieerd worden? Zal men begrijpen wat ik wil vertellen met mijn werk?'

Informatiedrempels

Deze drempel gaat over de toegankelijkheid van de informatie. Op welke manier, via welke kanalen en met welke woorden wordt de oproep verspreid om deel te nemen? Worden kunstenaars of organisaties gemotiveerd of eerder gesmeekt om deel te nemen? Spat het enthousiasme van de initiatiefnemer al van de uitnodiging af? Dit kunnen drempels zijn waarbij kunstenaars meteen afhaken en beslissen niet deel te nemen omdat de info over het project niet duidelijk is of de oproep op een onduidelijke manier werd geformuleerd. Dit zijn informatiedrempels in de eerste fase, maar ook daarna kan de samenwerking nog bemoeilijkt worden. Ik denk hierbij aan ondersteuning van de initiatiefnemers aan de deelnemers. Op welke manier kunnen zij zich inschrijven voor deelname? Is dit vrij eenvoudig of moet hiervoor een hele administratieve weg voor afgelegd worden? Wordt er duidelijk gecommuniceerd wat van de kunstenaars of organisatie wordt verwacht? Ook deze drempels en ervaringen tracht ik te duiden met ervaringen uit de praktijk in het onderzoeksluik binnen deze bachelorproef.

Psychologische drempels

Onbekend is onbemind. Voor sommige mensen kan onzekerheid overheersen. Ook kan het soms beangstigend zijn om eigen werk aan publiek te tonen. 'Wat zullen mensen er van vinden? Zou de

workshop het publiek wel aanspreken? Kan ik als onervaren kunstenaar ook deelnemen? Ben ik wel goed genoeg?’

Culturele drempels

De noodzakelijke bagage of ervaring die de aanbieders of organisatoren van de participanten verwachten. Het gebrek hieraan wordt vaak onterecht vertaald als een gebrek aan interesse. Die bagage wordt primair opgedaan in het thuis- en het leermilieu. Het gaat hier om bijvoorbeeld zaken zoals het zelf regelmatig bezoeken of deelnemen aan culturele activiteiten of interesse in verschillende kunst domeinen.

Is eenmalige deelname een representatieve referentie?

In cultuur, en dus ook in culturele participatie, zit een gelaagdheid. Wie spreekt over participatie vertrekt vaak van een *stepping-stone-theorie*. Van een kinderboek tot James Joyce, van amateurtoneel tot experimenteel theater, van een kindertekening tot het Moma. Deelname vereist **culturele competenties** en die moeten de kans krijgen om te groeien. Sommige bevolkingsgroepen of mensen kregen dikwijls weinig kansen om hun capaciteiten te ontwikkelen en de culturele informatie te verwerken, laat staan om ervan te genieten. Ook leent niet iedere kunstvorm zich voor een eerste kennismaking. Heel wat kunstuitingen bouwen verder op vroegere ervaringen en zijn pas te genieten of begrijpen vanuit die ervaring of kennis. Dat begrenst per definitie de mogelijkheden van een gelijke participatie van iedereen aan alles. Wanneer op basis daarvan uitsluitingprocessen ontstaan is er een wel een probleem.

Meer onderzoek naar het al of niet doorgroeien in culturele participatie is hier gewenst. We bekijken participatiedrempels te vaak vanuit momentopnames: lukken we er in om mensen één of meerdere keren over de drempel te krijgen door betere toeleiding of door het verlagen of idealerwijze zelfs wegwerken van de drempels. Er is echter meer nodig dan (vaak eenmalige) toeleiding. (Bultynck, 2009, p.192, 198)

3.2.5. Deelnemen of deelhebben

Maar vanaf welk moment ben je dan officieel een cultuurparticipant of wanneer kom je echt in aanraking met cultuur en kunst en ben je dan ook een deelnemer? Over deze begrippen heerst vaagheid en onduidelijkheid. Wanneer kan je zeggen dat je deelneemt? Deelnemen kan gemakkelijk beperkt worden tot het tijd-ruimtelijke feit dat je op een bepaald moment ergens lichamelijk aanwezig bent. De media maken hierin zelfs verschuivingen mogelijk. Op digitale televisie een dag later een voetbalwedstrijd zien, is participeren aan het sportgebeuren. Of via een virtuele rondleiding op het internet heb je het museum ook bezocht. Deze participatie is makkelijk kwantitatief meetbaar en het aantal deelnemende kunstenaars of verkochte toegangkaartjes is het verslag van participatie. Maar participatie is ook een kwalitatieve aangelegenheid! In welke mate kan een deel van de cultuur gedeeld worden met een deel van de persoonlijkheid? Dit is minder meetbaar en persoonlijk per individu. Wel kan hier de opdeling tussen ‘deelnemen’ en ‘deelhebben’ gemaakt worden. **Deelnemen** is genieten en gebruiken en wordt vanuit een consumptieve invalshoek ingevuld. De participanten zijn de gebruikers, aanwezigen, de meedoeners. Hun relatie tegenover het aanbod is eerder ingevuld als klant, zonder de commerciële connotatie. Men komt, maakt gebruik van het aanbod en gaat achteraf terug weg. Er is hier weinig sprake van vereenzelviging met dit aanbod of de

aanbieders. In **deelhebben** schuilt een groot engagement, deelhebbers worden mede-eigenaar van hun project. Hier wordt de nadruk gelegd op een doorgedreven betrokkenheid. De participant is hier sterk bij het voorbereiden of het uitvoeren van het aanbod geëngageerd en wordt symbolische of reële mede-eigenaar van het aanbod. (Bultynck, 2009, p. 17,27)

In een eerste opzicht zou het logisch zijn om bezoekers van evenementen onder te delen bij de deelnemers en participerende kunstenaars of partnerorganisaties bij de deelhebbers. Hoewel men als kunstenaar bijdraagt aan de uitvoering kan men ook een deelnemer zijn. Ook al staat zijn werk tentoon tijdens het project is dit nog geen reden om deel te hebben. Ik denk dat veel ook te maken heeft met welke 'rol' men zichzelf wil toekennen. Wil ik de uitvoering beïnvloeden of helpen sturen, of wil ik één van mijn werken een onderdeel laten zijn tijdens het project. In mijn onderzoeksgedeelte kan u terugvinden welke ervaringen de bevroegde kunstenaars hiermee hebben.

3.3. Programmeren

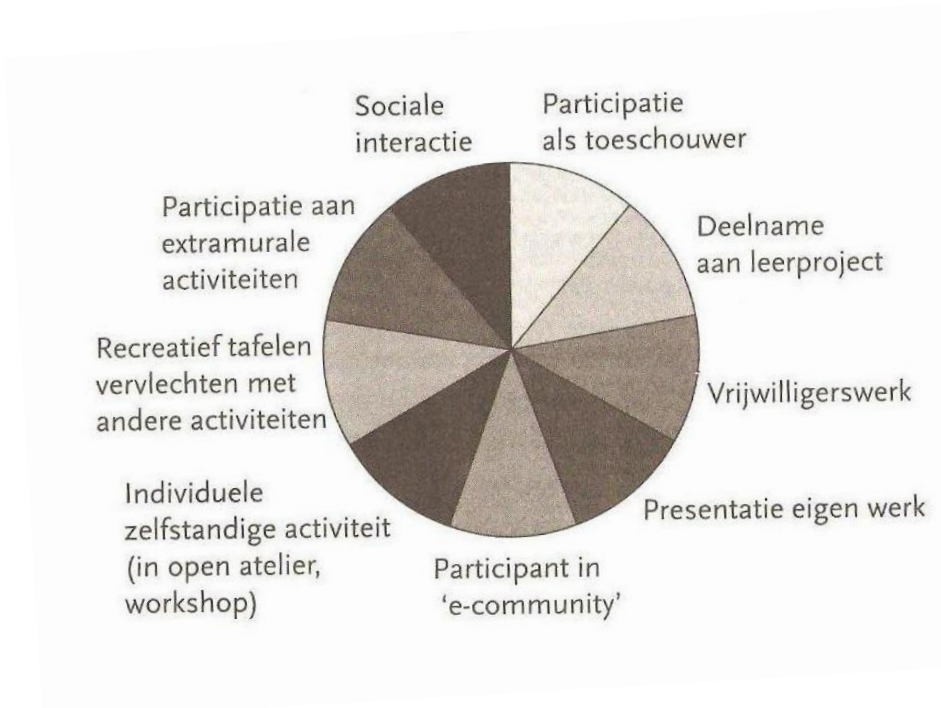
3.3.1. Verschillende benaderingen

De samenstelling van het programma en de mate van inspraak die externen hierbij hebben, heeft volgens mij een grote invloed op de deelname van enerzijds coöpererende organisaties en kunstenaars en anderzijds de deelname van bezoekers. Het boek 'Cultuurcentra in een veranderende samenleving' bevat een interessante bijdrage rond programmeren binnen cultuur- en gemeenschapscentra: 'Mogelijke programmeringsconcepten voor innovatieve cultuur- en gemeenschapscentra' door Willy Faché. Hiermee tracht ik een overzicht te bieden van de voor- en nadelen bij verschillende programmeerwijzen. Daarnaast geef ik nog enkele praktische zaken mee die belangrijk zijn wanneer men samenwerkt met organisaties of kunstenaars.

Er wordt aandacht besteed aan volgende vragen die essentieel zijn bij de ontwikkeling van een programma:

1. Waarin onderscheidt een programmaconcept van innovatieve cultuur- en gemeenschapscentra (CC en GC) zich van dat van musea, theaters, sociaal-culturele organisaties enzovoort?
 2. Welke rol kunnen bezoekers spelen in de ontwikkeling en realisering van een programma?
 3. Welke rol spelen de verwachtingen van (potentiële) bezoekers in de ontwikkeling van een programma?
 4. Wat met de relatie tussen 'virtuele communities' en cultuur- en gemeenschapscentra
-
1. Wat het verschil in programmaconcept betreft wordt vaak eerst en vooral gedacht aan de multidisciplinariteit van het programma. Afhankelijk van het CC of GC is de verscheidenheid van culturele disciplines groot of klein. Daarnaast worden de verschillen ook gezien afhankelijk van de doelgroep waarop men zich richt. Maar dit zijn niet de enige aspecten die de programmatie beïnvloeden. Zo is er ook de verscheidenheid aan program formats of programmaformules. Deze wordt gekozen in functie van de gewenste belevingsdimensie.

Onderstaande figuur toont een overzicht van de verscheidenheid aan belangrijke belevingsdimensies, relevant voor cultuur- en gemeenschapscentra.



(Schramme A., Gillard E., 2007, p. 106)

2. De rol van de deelnemer/bezoeker bij het tot stand komen van een programma

In de literatuur zijn er een dertigtal manieren beschreven waarop een programma in de vrijetijdsorganisatie tot stand komt. Door deze te analyseren en te kijken naar de rol van de deelnemer in de totstandkoming, kunnen we deze methoden herleiden tot twee benaderingen.

De aanbod- en vraaggerichte benaderingen. Vaak hebben mensen een uitgesproken voorkeur voor één van de twee, en beide benaderingen hebben voor- en nadelen.

We bekijken de beiden even nader.

Werken vanuit een aanbodgerichte benadering

Kenmerkend bij deze benadering is dat een programma in een cultuurcentrum wordt bedacht door cultureel werkers vanuit hun eigen visie op cultureel werk. Nadien realiseren zij dit aanbod en stimuleren de deelname eraan.

Sterke punten

- Latente behoeften kunnen door een activiteiten aanbod bij de deelnemers manifest worden. Zij ervaren deze behoeften bewust, de personen ontdekken zelf welke activiteiten uit het aanbod beantwoorden aan hun recreatieve en culturele behoeften of krijgen hierdoor nieuwe ideeën.
Ook de cultureel werker krijgt via een aanbod en de reacties van de bezoekers hierop, inzicht in welk aanbod hij aan de behoeften van zijn publiek voldoet.
- In een aanbod kan een cultureel werker een bepaalde visie op het sociaal-cultureel werk, op kunst of op de maatschappij concretiseren. Bijvoorbeeld vernieuwende artistieke tendensen in de kunst realiseren, zodat de mensen hiermee kennis kunnen maken.

- Bewustwordingsprocessen met betrekking tot maatschappelijke realiteiten zoals discriminatie, armoede of andere kunnen door een geëngageerd cultureel aanbod bij een ruimer publiek in gang worden gezet.
- Werken vanuit een aanbod sluit de mogelijkheid in bijvoorbeeld het toneel- en filmrepertoire van een cultuurcentrum te laten aansluiten bij een toneel- en filmcircuit. Hierdoor kunnen enerzijds de kosten worden gedrukt en anderzijds kan een artistiek waardevol toneel- en filmaanbod worden gerealiseerd.
- Het aanbod kan zo worden gekozen dat het aansluit bij de beschikbare middelen en mankracht van een cultuurcentrum. In een economische situatie, waarin deze middelen vaak beperkter zijn dan voorheen, is denken vanuit de beschikbare middelen en mankracht soms belangrijker dan denken vanuit doeleinden. Praktijkwerkers zien deze situatie als een bittere noodzaak. Ons inziens weleens ten onrechte. Want ook al zijn bepaalde middelen ontworpen met het oog op bepaalde doeleinden, ze kunnen ook een bron van inspiratie zijn voor nieuwe doeleinden. Middelen kunnen met andere woorden aanleiding geven tot het ontdekken van nieuwe doeleinden voor cultuur- en gemeenschapscentra. (Faché, 1985)
- Een aanbod kan zo worden samengesteld dat bepaalde winstgevende activiteiten andere waardevolle, maar verlieslatende activiteiten helpen financieren. (Schramme A., Gillard E., 2007, p. 115-116)

Eigen aanvullingen:

- *Werken vanuit een aanbodgerichte benadering kan mensen uitdagen om nieuwe zaken uit te proberen. Dit kan gaan over het leren kennen van nieuwe kunstvormen of afhankelijk van het aanbod deelnemen aan workshops, experimenteren met installaties,... Op die manier worden de bezoekers blijvend uitgedaagd om nieuwe zaken te leren kennen en verkennen. Vaak kiezen mensen voor het vertrouwde, bekende omdat ze weten dat ze ervan houden of ervan overtuigd zijn dat ze achteraf voldoening kunnen putten uit de activiteit. Via het aanbodgericht werken is het de taak van de programmeur om (potentiële) bezoekers nieuwe uitdagingen aan te bieden en hun uit hun 'comfort zone' te lokken.*
- *Een ander voordeel bij deze manier van werken is het behouden van de controle over het programma van de eigen organisatie. Men heeft het zelf in de hand welke projecten of activiteiten aangeboden worden en hierin kan eventueel zelfs een bepaalde lijn getrokken worden. Zodat het verhaal klopt en uit de programmatie de visie of identiteit van de organisatie duidelijk wordt.*

Zwakke punten

- Indien culturele voorzieningen hoofdzakelijk met publieke middelen gefinancierd worden en daardoor niet direct afhankelijk zijn van hun bezoekers, bestaat het gevaar dat het aanbod een eigen leven gaat leiden, waarop de bevolking geen of nauwelijks invloed heeft. Cultuurwerkers kunnen zelfstandig uitmaken wat er wel of niet

geprogrammeerd wordt, voor wie en onder welke voorwaarden. Deze situatie maakt de burger afhankelijk van de dominerende werkopvattingen van die cultuurwerkers.

- Door het focussen van de aandacht op het aanbod en vooral op het succes van een bepaald aanbod ziet de cultureel werker onvoldoende welke bevolkingscategorieën daarmee niet worden bereikt. Succes met bepaalde activiteiten leidt tot verder zetting ervan. Mensen die zich door het aanbod van een cultuurcentrum niet aangesproken voelen, blijven in de kou staan, doordat het centrum hun behoeften en legitieme wensen niet onderkent.
- Een aanbodgerichte benadering dringt vragen en initiatieven van (potentiële) bezoekers van vrijetijdsvoorzieningen op de achtergrond. Bezoekers worden in de rol van consument gedrukt. (Schramme A., Gillard E., 2007, p. 116-117)

Eigen aanvullingen:

- *Niet alleen worden bepaalde bevolkingsgroepen uit het oog verloren, vaak worden steeds dezelfde mensen bereikt. Doordat het aanbod sterk bepalend is voor het publiek dat erop afkomt, zal een aanbodgerichte programmatie naar mijn mening vaak dezelfde groepen mensen aanspreken. Ook al wordt er getracht een zo gevarieerd mogelijk aanbod te presenteren, dit zal toch een bepaalde lijn vertonen.*
- *Bij een aanbodgerichte werkwijze zullen de programmeur(s) zich vaak laten leiden door eigen, persoonlijke voorkeuren, dit misschien soms onbedoeld of onbewust. Maar wanneer men een programma moet samenstellen en tussen bepaalde activiteiten kiezen, zal men vaak geneigd zijn persoonlijke genegenheid te laten doorwegen. Dit is ook afhankelijk welke visie men heeft op cultuur. Hierbij verwijs ik naar punt 3.2.1 waarin ik verschillende betekenissen van cultuur toelicht.*

Werken vanuit een vraaggerichte benadering

Deze werkwijze houdt in dat bij de programmering wordt uitgegaan van expliciete en impliciete en behoeften van de (potentiële) bezoekers. Bij expliciete vragen zijn de behoefte en wensen door de betrokkene zelf al vertaald in een vraag naar een bepaalde activiteit. Bij impliciete vragen is de behoefte nog niet vertaald in activiteitstermen.

De (potentiële) bezoeker wordt hier gezien als een informant over zijn behoeften en wensen en de cultureel werker stemt het programma hierop af.

Sterke kanten

- De programmering en werkwijze sluiten direct aan bij de recreatieve en culturele behoeften en kenmerken van de (potentiële) bezoekers.
- Bovendien voorkomt men dat bepaalde behoeften van bepaalde bevolkingsgroepen 'bij voorbaat' uit de boot vallen, omdat ze niet passen binnen het bestaande aanbod. Aangezien gesubsidieerde culturele voorzieningen niet direct afhankelijk zijn van de bezoeker, kunnen zij zich eveneens richten op die bevolkingsgroepen die in onze samenleving gedeprimeerd worden.

- In een vraaggerichte benadering is meer plaats voor versterking van de positie van de burger in de rol van zowel ‘consument’ als ‘producent’ van culturele vrijetijdsbestedingsmogelijkheden. (Schramme A., Gillard E., 2007, p. 117-118)

Eigen aanvullingen:

- *Wanneer bezoekers merken dat er naar hen geluisterd wordt en het aanbod wordt aangepast op basis van hun wensen en behoeften, kan dit zorgen voor een verhoogd gevoel van welzijn en betrokkenheid. Dit kan op zijn beurt opnieuw positieve gevolgen hebben zoals bijvoorbeeld het nog meer durven aangeven van behoeften of suggesties, ... Zo kan er een positieve vicieuze cirkel gecreëerd worden tussen CC of GC en de bezoekers.*
- *Door de vraaggerichte werkwijze kunnen er nieuwe inzichten of onbekende kunstvormen opgemerkt worden door de cultuurwerker. Zaken die hij of zij nog niet kende en die aangebracht werden door de bezoeker kunnen deel van het programma worden.*

Zwakke kanten

- In deze benadering hebben manifeste vragen en problemen een grotere kans om opgepikt te worden en in activiteiten vertaald te worden dan latente vragen. De mogelijkheid dat een aanbod mensen op ideeën brengt ofwel latente behoeften manifest kan maken, speelt minder een rol.
- De kans is groter dat aan de behoeften van leden van min of meer georganiseerde groepen gevolg gegeven wordt dan aan mensen in een tamelijk geïsoleerde positie. De vragen en problemen van de eerstgenoemden worden immers ‘gemakkelijker’ gehoord.
- Agogisch werk uitgaande van de behoefte van de (potentiële) bezoekers is zeer arbeidsintensief. Voortdurend wordt men geconfronteerd met nieuwe vragen en problemen die in nieuwe activiteiten moeten worden omgezet. Werkers in cultuur- en gemeenschapscentra zijn bevreesd vragen bij deelnemers op te roepen, omdat ze menen dat ze die zelf steeds moeten honoreren en er is nu al werk genoeg. (Schramme A., Gillard E., 2007, p. 118)

Eigen aanvullingen:

- *Achter het vraaggericht werken kan vaak een verborgen aanbodgerichte werking schuilgaan. Bij vraaggericht moet men volgens mij durven loslaten, wat niet altijd eenvoudig is. Volgens mij bestaan er dan ook veel organisaties die denken of suggereren vraaggericht te werken, maar uiteindelijk toch zelf de touwtjes in handen nemen.*
- *Je kan niet altijd aan elke vraag tegemoet komen. Dit is gevoelige materie, en niet altijd gemakkelijk te communiceren. Waar trek je als cultuurwerker de lijn?*

Conclusie

Uit bovenstaand overzicht van de zwakke en sterke kanten wordt duidelijk dat in een cultuur- en gemeenschapscentrum een werkwijze moet worden ontwikkeld die de sterke kanten van zowel de aanbod- als de vraaggerichte benadering tot hun recht tracht te laten komen. Dit noemen wij een interactieve werkwijze. (Faché, 1985)

Een interactieve werkwijze

In de interactieve benadering is de dialoog, het bij elkaar betrokken zijn en naar elkaar luisteren van (potentiële) bezoekers en cultureel werkers essentieel.

Hierdoor is 'learning by sharing', 'samenleren', mogelijk. Het cultuurcentrum leert van de bezoekers door dialoog en omgekeerd. Essentieel in deze benadering is dat in alle fases van de ontwikkeling en de realisatie van een programma de (potentiële) bezoeker in mindere of meerdere mate een inbreng heeft. In deze co-creatiegedachte (Prahalad en Ramaswany, 2004) worden vragen van (potentiële) bezoekers en het aanbod van een vrijetijdsvoorziening niet zonder meer als gegeven gezien, maar als twee aspecten die in onderlinge wisselwerking verder vorm en inhoud krijgen. In deze benadering wordt, afhankelijk van de beoogde bevolkingsgroep, de inhoud van het programma en de beschikbare middelen van het cultuurcentrum, uitgegaan van activiteiten die ofwel een vraagverkenning, een vraagontwikkelaar, een aanbodrealiserend en -verduidelijkend of een initiatiefondersteunend accent hebben.

Bij *vraagverkenning* probeert de cultureel werker door het verzamelen van informatie inzicht te krijgen in de behoeften, wensen en problemen van (potentiële) bezoekers. Bij de vraagverkenning moet de werker open en actief kunnen luisteren en kijken. Dat is een moeilijke opgave. Op de werker komt een overstelpende hoeveelheid signalen, opmerkingen, informatie af. Wat belangrijk is, is een voortdurende actieve instelling van de werker: zie ik en hoor ik wat er gebeurt? Te vaak worden uitingen van mensen door werkers snel geïnterpreteerd, zonder dat ze zich afvragen of die interpretatie wel juist is. Daarom is het belangrijk dat de werker voortdurend checkt of hij het wel begrepen heeft, bijvoorbeeld door ernaar te vragen (Noorda, e.a., 1981). Wensen en problemen zijn vaak vaag en kristalliseren zich pas uit wanneer erover gepraat en nagedacht wordt; en ze kunnen zich op den duur ook wijzigen. Dit betekent dat een vraagverkenning een open en flexibel karakter moet hebben. Dat wil onder meer zeggen: vooral via tweezijdige communicatieprocessen inzicht krijgen in vragen; afzien van sterk gestandaardiseerde methoden voor opsporing van vragen, problemen en wensen; terugkoppelen en bijstellen van voorlopige gegevens en herhalen van verkenningen.

Mensen zijn regisseur van hun eigen leven en kunnen tot op zekere hoogte aangeven waarnaar zij op zoek zijn tijdens hun vrije tijd. Soms kunnen zij echter niet de 'vertaalslag' maken van behoefte naar concrete activiteit- en belevingsmogelijkheden.

In die situaties kiest men voor een andere activiteit: *de vraagontwikkeling*.

Bij vraagontwikkeling is er in tegenstelling tot vraagverkenning sprake van een relatief langer proces. Hierbij worden de directe betrokkenen geholpen om hun problemen, behoeften en wensen te formuleren en worden ze ervan bewust gemaakt hoe een cultuurcentrum

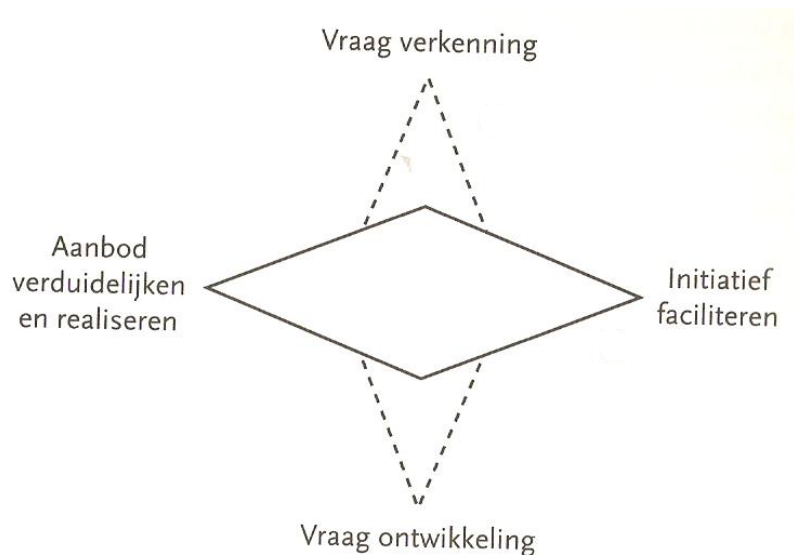
mogelijkheden kan bieden voor de beantwoording van bepaalde latente behoeften en vragen. Tegelijkertijd wordt stapsgewijs een bepaald aanbod ontwikkeld in samenwerking met de betrokkenen. Vraagontwikkende activiteiten worden vooral gebruikt voor de minder taalvaardige groepen in de samenleving en voor die situaties waarvoor niet zonder meer een adequaat aanbod bestaat. Doordat vraagontwikkeling een relatief langdurig proces is, zal hiervoor de nodige tijd en het nodige geld moeten worden gereserveerd. Tevens zal voorafgaand aan het proces van vraagontwikkeling, een prioriteitsstelling naar groepen binnen de samenleving moeten worden gemaakt.

Bij vraagverkenning en vraagontwikkeling ligt het accent op het zoeken naar informatie, bij de *verduidelijking van het aanbod* ligt het accent op het verschaffen van relevante informatie over het programma dat vooraf is ontwikkeld. Het gaat erom dit aanbod bekend te maken bij de groepen voor wie het bestemd is. Hiermee hoopt men te bereiken dat mensen ten eerste op de hoogte raken van bepaalde activiteiten in het cultuur- of gemeenschapscentrum; ten tweede zich hierdoor realiseren dat bepaalde activiteiten aansluiten bij hun wensen; ten derde in staat zijn een keuze te maken uit de bestaande alternatieven.

Non-profitvoorzieningen mogen de bezoekers niet louter als consumenten zien, zij kunnen ook als medeproducenten van een programma-aanbod worden benaderd. Vrijtijdscentra, zoals cultuur- en gemeenschapscentra, waar een expliciete aandacht voor vrijwillige medewerking en initiatieven vanuit de bevolking bestaat, ondervinden dat heel wat mensen ook constructief willen deelnemen aan het mee uitbouwen van een gedifferentieerd, recreatief en cultureel aanbod. Bij veel bezoekers van cultuur- of gemeenschapscentra zijn kennis en vaardigheden aanwezig die kunnen worden aangesproken. Wie vrijwillig wil meewerken, maar ook wie initiatief wil nemen, moet dan ook wel weten dat hij in het cultuurcentrum terecht kan voor ondersteuning bij het realiseren van zijn *initiatief en vrijwillige medewerking*.

Het begrip 'vrijwilligers(werk)' is hier meestal irrelevant. Immers, men werkt niet voor een ander, maar voor zichzelf of voor de gezamenlijke groep, zichzelf inbegrepen. Wel engageert men zich vrijwillig. (Schramme A., Gillard E., 2007, p. 119-123)

De vier hierboven genoemde activiteiten bij de interactieve benadering van programmeren kan grafisch worden weergegeven in een ruitvormig veld, waarbij de vier activiteiten de hoeken of 'polen' vormen. Afhankelijk van de verwachtingen van de bezoekers, culturele discipline en de beschikbare middelen van het cultuur- of gemeenschapscentrum, zullen één of meer activiteiten domineren.



(Schramme A., Gillard E., 2007, p.124)

3. De verwachtingen van deelnemers

De verwachtingen van de (potentiële) bezoekers zijn essentieel in het ontwikkelingsproces en de realisering van een programma. Deelnemers aan een programma van een CC of GC zijn tevreden wanneer dit programma beantwoordt aan hun verwachtingen. Overtreft de ervaring van het programma de verwachtingen, dan zijn ze opgetogen en vertellen ze dit aan vele anderen en komen ze hoogstwaarschijnlijk terug. Rekening houden met de expliciete en impliciete verwachtingen van (potentiële) bezoekers is bijgevolg essentieel. In de ontwikkeling van een programma moet echter ook rekening gehouden worden met de verwachtingen van andere belanghebbenden: zoals de subsidiërende overheid, de visie van de raad van beheer, de missie van het CC of GC en ook de visie van de culturele werkers zelf. Bij tegengestelde verwachtingen moet de langetermijnvisie met betrekking tot het centrum helpen een beslissing te nemen.

De verwachtingen van de (potentiële) bezoekers kunnen zeer divers zijn en worden beïnvloed door een groot aantal factoren. Zo verschillen bijvoorbeeld de verwachtingen van singles van die van ouders met jonge kinderen.

De factoren die de verwachtingen beïnvloeden, worden op hun beurt beïnvloed door maatschappelijke veranderingen. Zo blijkt uit een verkenning van de toekomstige culturele vrijetijdsbesteding van de 45-plussers dat een toenemend aantal bezoekers de ontwikkeling van een programma in een CC of GC wil mee bepalen en realiseren. 'De hogere gemiddelde scholing bij het publiek én de algemene evolutie in de media, maken mensen hoe langer hoe meer vertrouwd met het nemen van eigen initiatieven en het zelf bepalen van de culturele agenda.' (Oosterlijck e.a., 2006)

Inzicht in de verwachtingen van de (potentiële) bezoekers, in de factoren die de verwachtingen beïnvloeden en in de maatschappelijke veranderingen is belangrijk om een programmaconcept te kunnen ontwikkelen. Maar het zal afhangen van de kwaliteit van de medewerkers en bezoekers, betrokken bij de programmaontwikkeling en –realisatie, of het

uiteindelijke programma relevant is voor en beantwoordt aan de verwachtingen van de bezoekers. (Schramme A., Gillard E., 2007, p. 124-127)

4. Relatie van virtuele communities en cultuur- en gemeenschapscentra

Met de komst van het internet en de mogelijkheden daarvan ziet men een enorme opkomst van spontane gemeenschappen die elkaar vinden op belangstellingsgebieden. Dat kan over ieder onderwerp gaan. Sommige *communities* hebben te maken met het gebruik van bepaalde producten, andere met hobby's, weer andere met leeromgevingen. *Communities* zijn zowel fysiek als virtueel. Een CC of GC kan het ontstaan van een virtuele community faciliteren. Het centrum kan fungeren als fysieke en/of virtuele ontmoetingsplaats. Het is belangrijk dat die *communities* 'thema's' hebben (Boswijk e.a, 2005) die gerelateerd zijn aan het fysieke programma van het CC of GC. De invloed van een community wordt bepaald door de interactie erbinnen. Deze *communities* kunnen een belangrijke bron van informatie zijn over de verwachtingen en de feedback met betrekking tot het programma van een centrum. (Schramme A., Gillard E., 2007, p. 128)

Eigen aanvullingen:

Internet en de sociale media groeien nog elke dag en cultuurcentra mogen inderdaad niet achterblijven in dit groeiproces. Het kan een middel zijn tot verwerving, verspreiding van informatie, bekendmaking van activiteiten, oproepen lanceren voor materiaal of medewerking, meer naambekendheid, een bron van inspiratie,...

Volgens mij vormen de vrijwilligers, kunstenaars, medewerkers, samenwerkingsorganisaties van een cultuurcentrum ook indien zij maar deelnemen aan één project van dat cultuurcentrum ook een soort community. Ze zijn op een bepaalde manier verbonden met elkaar, al hoeven ze daarvoor niet fysiek samen te werken. Ze bouwen samen of individueel wel aan hetzelfde doel. Dit hoeft niet vastgelegd of uitgesproken te zijn, 'het welslagen van het project' kan al volstaan als doel.

3.3.2. Waar artiesten vinden

In het praktisch handboek 'Help! Ik organiseer Gent' door Locus uit 2011 wordt in detail beschreven hoe een project op poten te zetten. In deze gids wordt ook beschreven hoe artiesten te verzamelen. Men maakt het onderscheid tussen artiesten die de spil zijn van een activiteit, bv: dansgroep op een dansfestival of om artiesten die onderdeel vormen van een groter geheel, bijvoorbeeld: straatanimatie tijdens een buurtfeest. Afhankelijk van waar en op welke manier men de kunstenaars wil inschakelen, zal de zoektocht of de manier waarop men hen contacteert moeten aangepast worden.

Waar kan je artiesten vinden?

De steunpunten kunsten brengen hun sector in kaart via zogenaamde 'mapping'. Bij deze steunpunten kan je dus terecht voor gezelschappen of individuele kunstenaars in een bepaalde discipline.

De steunpunten kunsten zijn:

- BAM: Instituut voor beeldende, audiovisuele en mediakunst
- Muziekcentrum: muziek
- Vlaams Fonds voor de Letteren: literatuur en auteurs
- Vlaams Theaterinstituut: dans, theater en muziektheater

Ook de 9 landelijke organisaties voor amateurkunsten kunnen helpen bij de zoektocht naar een amateurgezelschap of – kunstenaar.

- Centrum voor Beeldexpressie: fotografie, film en multimedia
- Creatief schrijven: schrijven
- Danspunt: dans
- KOOR&STEM: vocale muziek
- KUNSTWERKT: beeldende kunst
- MUZIEKMOZAIK: folk en jazz
- OPENDOEK: theater
- POPPUNT: pop, dance, rock en DJ
- VLAMO: instrumentale muziek

Voor de circuskunsten is er ook nog het Vlaams Centrum voor Circuskunsten.

Bij elk van deze organisaties kan men zeker terecht voor heel wat contactgegevens of het verspreiden van een oproep. Het overleg tussen en de belangenbehartiging van de amateurkunstenorganisaties en de sector als geheel is in handen van het Forum voor Amateurkunsten.

Ondersteunde artiesten in Vlaanderen

De Vlaamse Gemeenschap ondersteunt een aantal artiesten en gezelschappen en heeft hiervoor een selectiebank van gezelschappen en artiesten samengesteld: 'Podium'.

De bedoeling van podium is het bevorderen van cultuurspreiding via een selectiebank van programma's van diverse gezelschappen en artiesten. Erkende organisatoren kunnen een aanvraag indienen voor een financiële tussenkomst bij het boeken van een programma uit het aanbod van podium. Deze tegemoetkoming varieert tussen een derde en een vierde van de uitkoopsom. Naast het stimuleren van organisatoren geeft podium ook (nieuwe) gezelschappen en artiesten een duwtje in de rug.

Erkende organisatoren (dit zijn onder meer de lokale verenigingen die aangesloten zijn bij de gemeentelijke cultuurraad, maar ook de organisaties die door de afdeling Volksontwikkeling en Bibliotheekwerk worden gesubsidieerd; zoals cultuurcentra en bibliotheken) kunnen een financiële tussenkomst krijgen in de uitkoopsom. (Locus vzw, 2011, p53-60)

Contracten met artiesten

Ook is de wijze van vergoeding een wezenlijk deel in het vinden van kunstenaars of partners.

Het is mogelijk bij bepaalde evenementen dat kunstenaars of organisaties bereid zijn om gratis deel te nemen. Voor een project als 'The Big Draw' is dit bijna noodzakelijk, wetende dat er 120 activiteiten waren ingeschreven en dus eigenlijk nog meer kunstenaars, want niet iedereen werkt individueel. Zo zijn er voor één activiteit 'The Big Window Walk' zo'n honderdtal kunstenaars gemobiliseerd om ramen te betekenen. Indien deze allemaal vergoed zouden moeten worden zou

het financieel slecht afgelopen zijn. Voor kleinere projecten kunnen hier wel budgetten binnen de organisatie voor voorzien worden of zijn er nog andere mogelijkheden. Hieronder een overzicht:

Vergoeding artistieke prestaties

Als een artiest of kunstenaar een bijdrage levert op een evenement, zal deze meestal moeten vergoed worden. Er zijn hiervoor drie systemen:

1. Vergoeding als werknemer

Indien men een artiest betaalt voor een optreden of performance is sinds 1 juli 2003 het sociaal statuut van de kunstenaar van toepassing. Dat houdt in dat iedereen die aan volgende voorwaarden voldoet gelijkgesteld wordt met een werknemer:

- een artistieke prestatie levert of een artistiek werk produceert
- voor een natuurlijke persoon of een rechtspersoon
- tegen betaling van een loon (een kostenvergoeding alleen is geen loon)

Artiesten worden in die gevallen vermoed werknemer te zijn. Diegene die de kunstenaar betaalt is de werkgever. Deze zal in principe alle werkgeversverplichtingen moeten nakomen, zoals het sluiten van een arbeidsongevallenverzekering, het betalen van sociale en fiscale bijdragen op de bezoldiging van de kunstenaar,...

2. Vergoeding als zelfstandige

Anders is het wanneer de kunstenaar gekozen heeft voor een zelfstandigenstatuut en hij kan aantonen dat hij werkt als een ware zelfstandige. Dan kan de artiest eenvoudigweg factureren aan de opdrachtgever en is er van werknemerschap geen sprake.

3. Men kan een (al dan niet zelfstandige) artiest ook gewoon vergoeden voor zijn kosten. Kostenvergoedingen worden niet als loon beschouwd. Het sociaal statuut treedt niet in werking. Er zijn verschillende soorten kostenvergoedingen:

- **Reële kostenvergoeding:** dit zijn werkelijk gemaakte kosten die moeten worden bewezen, aan de hand van bijvoorbeeld facturen.
- **Forfaitaire kostenvergoeding:** deze dienen niet bewezen te worden maar voldoen aan strikte voorwaarden. Er bestaan twee soorten: de vrijwilligersvergoeding en de kleine vergoedingsregeling voor kunstenaars.

Vrijwilligersvergoeding: Dit is een vast bedrag dat per organisatie wordt vastgelegd met een maximum van €32,71 per dag en €1308,38 per jaar.

Kleine vergoedingsregeling voor kunstenaars: deze vastgelegde bedragen liggen hoger dan die van de vrijwilligersvergoeding. Als men binnen de grenzen van deze regeling blijft, moet men niet bewijzen dat het uitbetaalde bedrag kosten zijn. Bij deze vergoeding ligt het maximum op €122,21 per dag per opdrachtgever, er kunnen dus verschillende prestaties op één dag geleverd worden zolang dit bij een verschillende opdrachtgever is. Dit echter niet meer dan zeven dagen na elkaar of niet meer dan 30 dagen per jaar. Het maximale jaarbedrag bedraagt €2444,21.

4. Occasionele opdrachtgever

Men kan als occasionele opdrachtgever beroep doen op een Sociaal Bureau voor Kunstenaars (SBK). Dit is een soort uitzendkantoor dat tegen vergoeding alle werkgeversverplichtingen op zich neemt. Men wordt beschouwd als occasionele opdrachtgever indien men geen personeel tewerkstelt of het organiseren van culturele manifestaties of het commercialiseren van artistieke creaties niet je hoofdactiviteit is. Via deze weg kan men genieten van lagere sociale bijdragen.

5. Niet-occasionele opdrachtgever

Organisaties die regelmatig evenementen organiseren hebben vaak eigen personeel, deze kunnen als organisator zelf alle werkgeversverplichtingen opnemen, werken met een sociaal secretariaat of een gewoon uitzendkantoor inschakelen zoals elke werkgever dit kan doen. Ook als niet-occasionele opdrachtgever kan men genieten van de vermindering van de sociale bijdragen.

6. Zelfstandige kunstenaar

Als opdrachtgever van een zelfstandige kunstenaar moet men geen werkgeversverplichtingen vervullen, het is de kunstenaar zelf die moet zorgen dat alles in orde is. (Locus vzw, 2011, p53-60)

Bij dit deel over de verschillende vergoedingen wil ik echter benadrukken dat ik doorheen dit hele werk de deelnemende kunstenaar of organisatie niet als vrijwilligerswerker zie. Ondanks het feit dat zij vrijwillig deelnemen of zich inschrijven is dit toch een andere categorie. De vrijwilliger is iemand die een praktische taak op zich wil nemen tijdens een project. De kunstenaar of organisatie meldt zich aan of wordt gevraagd vanwege een bepaald kunnen of interesse en met de bedoeling om dat kunnen of die interesse tentoon te stellen op het evenement. Maar ze kunnen wel op één van de bovengenoemde manieren vergoed worden.

3.4. Besluit

In bovenstaand theoretisch luik tracht ik een overzicht te bieden van de historische ontwikkelingen over cultuurcentra en welke regels vandaag gelden.

Ook vind ik het belangrijk de begrippen 'cultuur', 'participatie' en cultuurparticipatie te duiden en vanuit verschillende betekenissen te interpreteren en hierbij aandacht te geven aan welke drempels, belevingen en verwachtingen er kunnen schuilgaan achter cultuurparticipatie.

Daarnaast wordt een blik geworpen op verschillende methodes binnen het programmeren, waarbij positieve en negatieve aspecten naast elkaar worden geplaatst.

Tot slot beschrijf ik enkele wegen om artiesten te bereiken en verschillende wijzen om hen te vergoeden.

4. Praktijk

Hoewel theoretische kaders ons heel veel interessante info kunnen bijbrengen, vond ik het noodzakelijk ook zelf op zoek te gaan naar factoren die deelname stimuleren of afremmen. In een eerste deel contacteerde ik twee organisaties die succesvolle ervaringen hebben met het verzamelen van deelnemende kunstenaars en organisaties. Dit is enerzijds KUNSTWERKT met 'The Big Draw', ik heb dit project gekozen omdat hierbij heel veel personen hebben samengewerkt en Circa één van de hoofdpartners in het verhaal was.

Daarnaast heb ik ook Fameus, WAK-coördinator van Antwerpen bezocht en geïnformeerd naar hun ervaringen en werkwijze bij het Liefhebber Kunstenfestival. Dit vindt elk jaar plaats tijdens de Week van de Amateurkunsten, dus ik wilde graag horen hoe zij dit hebben aangepakt. Hieruit wilde ik concrete tips of voorbeelden halen.

4.1. The Big Draw als 'good practice'

4.1.1. De organisaties in de stuurgroep



KUNSTWERKT

'The Big Draw' is een initiatief van KUNSTWERKT en men wilde met dit initiatief zeer diverse organisaties aansporen in Gent om tekenprojecten op te zetten die voor een breed publiek toegankelijk zijn.

KUNSTWERKT is in Vlaanderen de organisatie voor de beeldende amateurkunsten. Zij zijn één van de negen landelijke organisaties voor amateurkunsten en werden erkend op het decreet Amateurkunsten van 22 december 2000.

KUNSTWERKT wil een open organisatie zijn met een toegankelijk aanbod voor iedereen die actief bezig is met beeldende kunst. In de eerste plaats richten zij zich naar beoefenaars maar ze hebben ook aandacht voor een ruimer publiek. Onder de beoefenaars mag men zowel de liefhebbers/vrijtijdskunstenaars rekenen als kunstenaars die op een eerder semi-professioneel niveau bezig zijn.

Voor de inhoud richt KUNSTWERKT zich naar de hele waaier van disciplines binnen de beeldende kunsten. Dit veld is zeer ruim; schilderkunst, textiele kunst, grafische kunst, beeldhouwkunst,...

Daarom kiezen zij voor een disciplineoverschrijdende werking en een praktijkondersteunend aanbod waarin alle verschillende vormen van beeldende kunst terecht kunnen.

Volgende kerntaken worden door de organisatie vervuld:

Het bieden van heldere en toegankelijke informatie die kunstenaars moet ondersteunen in hun dagelijkse praktijk en bij het naar buiten komen met hun werk.

Een dienstverlenend en ondersteunend aanbod opzetten zodat zowel individuen, ateliers als andere niveaus geoptimaliseerd kunnen worden.

De beeldende kunsten en de beoefenaars ervan promoten en zichtbaar maken door het bieden van tentoonstellingskansen, vernieuwende projecten, evenementen en wedstrijden. Hierbij zijn zowel het proces, de ontmoeting met gelijkgestemden en het ruime publiek belangrijk. Een concrete uitvoering hiervan is dus 'The Big Draw'.

Ook is er een vormingsaanbod waarbij de nadruk gelegd wordt op feedback en dialoog met professionelen binnen de sector.(KUNSTWERKT, 2013, online)

Tijdens 'The Big Draw' in Gent waren zij initiatiefnemer waardoor KUNSTWERKT een grote rol speelde in de centrale communicatie, de algemene coördinatie en het vervaardigen van een toegankelijke, aantrekkelijke website.

KUNSTWERKT sprak volgende organisaties aan om te helpen bij de organisatie van 'The Big Draw':

Circa

Circa was één van de drie organisaties in de stuurgroep. Als cultuurcentrum van de Stad Gent rekende KUNSTWERKT op hun uitgebreid stedelijk netwerk en eerdere ervaring en kennis van het opzetten van grotere projecten in samenwerking met verschillende partners. Ook tijdens het festival kon er concreet op hun productionele en technische expertise gerekend worden.

S.M.A.K

Het Stedelijk Museum voor Actuele Kunst was ook één van de hoofdparters bij 'The Big Draw'. Het museum werd opgericht in 1999 door Jan Hoet en kreeg zijn eigen vestiging aan het Citadelpark. Naast monografische tentoonstellingen en haar eigen collectie is het S.M.A.K gekend omwille van haar projecten in de openbare ruimte. Grote stadstentoonstellingen bijvoorbeeld: Over the Edges (2000) en TRACK (2012).

The logo for S.M.A.K. consists of the letters 'S.M.A.K.' in a bold, white, sans-serif font, set against a solid black rectangular background.

Telkens wordt in deze projecten een methodologie ontwikkeld die het werken in en rond de openbare ruimte kritisch onderzoekt.(SMAK, 2013, online)

Activiteiten georganiseerd in het kader van 'The Big Draw':

Op 4, 5 en 6 oktober 2013 vond 'The Big Draw' plaats in Gent.

Drie dagen lang kon iedereen aan de slag met potlood, papier, inkt maar ook met technologie, nieuwe materialen en media. Tijdens deze eerste editie mocht 'The Big Draw' ruim 5000 bezoekers ontvangen op de meer dan 120 zeer uiteenlopende tekenactiviteiten. Dit alles was mogelijk door de gezamenlijke realisatie van KUNSTWERKT, Circa en S.M.A.K maar ook dankzij meer dan 90 mede-organisatoren die een activiteit hadden opgezet:

Er werden tekenacties georganiseerd in galerijen, musea, kunst(hoge)scholen en kunstacademies maar daarnaast waren er ook tekeninitiatieven in samenwerking met kunstenaars en anderen binnen zeer verscheiden context: bijvoorbeeld in seniorenresidenties, scholen, culturele instellingen, bibliotheken en cafés,...

Er werden tentoonstellingen opgezet maar ook lezingen en filmvoorstellingen geprogrammeerd met tekenkunst als thema. Ook de openbare ruimte van de Stad Gent werd één groot tekenatelier, waarbij er op verschillende plaatsen tekenacties opdoken. (KUNSTWERKT, 2013, online)

Vooreerst zette KUNSTWERKT zelf vier grote projecten op:

- The Big Window Walk: een wandelroute door de binnenstad waarbij kunstenaars zich konden uitleven op de ramen van huizen en winkels.
- The BIG BANG: een activiteit aan de Piramide waarbij samen met een kunstenaar en vrouwen van het textielatelier Made by Oya geschetst werd met textiel.

- 52x52-plus: In enkele Gentse lokale dienstencentra werden tekensessies georganiseerd. Het resultaat hiervan was een eigen ontworpen kaartspel. Dit 'Big Draw' kaartspel kon bewonderd en uitgetest worden tijdens een kaartnamiddag in de Vooruit.
- KOMAF goes tattoo: Tijdens de vakantie gaf een kunstenaar een tattooworkshop waarbij jongeren hun eigen tattoo leerden ontwerpen. Vijf tattoos werden omgezet in plaktattoos die tijdens het festival verdeeld werden.

Daarnaast waren er ook nog andere grootste activiteiten:

De negen Gentse musea nodigden één tot drie kunstenaars uit. Ze organiseerden tekenactiviteiten voor jong en oud. Daarnaast was er ook een gemeenschappelijke actie met alle musea 'Geef je kop af in het museum'. Waarbij het de bedoeling was een zelfportret in te dienen bij één van de musea waarmee een BIG DRAW-portrettengalerij werd gecreëerd.

Gent Matinee: Special Big Draw Edition: deze editie werd speciaal verschoven naar het weekend van 'The Big Draw' en bood een kunstenparcours dat langs tien galeries leidde.

S.M.A.K extra time was een programma met live radio, tentoonstellingen, workshops, tekenactiviteiten en lezingen.

De Stad Gent zette mee haar schouders onder 'The Big Draw' en alle Gentenaars werden aangespoord om het uitzicht vanuit hun raam te tekenen en dit aan het venster te hangen. Het activiteiten aanbod was zeer uitgebreid en werd opgedeeld in verschillende categorieën. Je had 2 grote categorieën: 'doen' en 'bezoeken'. En omdat het aantal activiteiten dat werd ingevoerd op de website in een hoog tempo aangroeide (iedereen die wou, kon een tekenactiviteit organiseren) werden ook subcategorieën gehanteerd, zoals: gezinnen en kinderen, demonstraties, kom kijken, kom tekenen, avond en nacht, lezingen,...(KUNSTWERKT, 2013, verslag)

Hoe gingen ze te werk?

De allereerste stap was S.M.A.K en Circa overtuigen om als partner mee op de kar te springen. Vervolgens was er een inspiratiemoment georganiseerd door KUNSTWERKT eind maart 2013. Hierop waren de brede cultuursector, het onderwijs en aanpalende sectoren uitgenodigd. Het festival en zijn edities uit het buitenland werden hier toegelicht en tijdens een speeddate ontstonden de eerste ideeën.

Vanaf het voorjaar 2013 werden op geregelde tijdstippen nieuwsbrieven verstuurd naar alle tot dan toe ingeschreven medeorganisatoren. Dit om de betrokkenheid van deze verschillende organisaties te verhogen.

De kick off van de communicatie rond het festival vond plaats op het openingsfeest van de Week van de Amateurkunsten eind april 2013 in de plantentuin van de Universiteit Gent. Men had tekenaars op hoge scheidsrechtersstoelen geplaatst die werken maakten en op dat moment werd ook het logo en de website bekendgemaakt.

Gedurende de eerste periode (april-augustus 2013) was de website voornamelijk gericht op potentiële organisatoren van activiteiten. De voornaamste boodschap was: 'Doe mee en organiseer zelf iets rond tekenen!'

Van zodra de oproep werd verspreid konden kunstenaars of organisaties die graag wilden deelnemen zichzelf en hun activiteit inschrijven via de website. Vanuit KUNSTWERKT werden hier geen inhoudelijke of andere eisen aan gekoppeld. Iedereen die iets wilde doen rond tekenen was van harte welkom om zich in te schrijven. Er werd ook niemand geweigerd noch een maximum aantal deelnemers vooropgesteld. Het was dus een open oproep wat wel inhield dat de kunstenaars op ondersteuning konden rekenen maar ook veel zelf moesten voorzien. Zo was het de bedoeling dat zij zelf de geschikte plaats zochten voor hun activiteit en daarvoor de juiste contacten opnamen. Tijdens de voorbereidingen fungeerde KUNSTWERKT (samen met de stuurgroep) als tussenpersoon en hielp waar nodig bij de zoektocht naar de geschikte locaties. Men kon ook bij hen terecht bij vragen over vergunningen en toelatingen.

De website, het campagnebeeld en het promotiemateriaal werden ook door de initiatiefnemende organisatie ontwikkeld. Tot slot ontwikkelden zij ook nog twee infostands om de bezoekers wegwijs te maken tijdens het festival en stuurde men vele vrijwilligers op pad om alles in goede banen te leiden.

Vanaf midden augustus kreeg de publiekscommunicatie de bovenhand op de website en werd het programma getoond. Vanaf dan was het hoofddoel het publiek warm te maken om naar het festival te komen. Naast de website werden er heel wat middelen ingezet voor de promotie: Facebook, flyers in de vorm van een sticker, schouderzakjes, een plek in het Gentse stadsmagazine, een stand op de Gentse cultuurmarkt, een persconferentie, een schetsblokje dat men door middel van deelname aan wedstrijden kon winnen, promotiefilmpjes en nog veel meer! (KUNSTWERKT, 2013, verslag)

4.1.2. Doelstellingen

KUNSTWERKT wil met deze Belgische editie tekenen in de ruime zin in de kijker zetten en hierbij veel ruimte laten voor experimentele aspecten en men wil ook een andere kijk op tekenen geven. Dit door een zo breed mogelijk publiek te prikkelen om mogelijkheden rond tekenen te verkennen, te reflecteren hierover en zelf te tekenen. Men heeft ook de bedoeling om de actieve participatie van het brede publiek bij het aanbod van culturele instellingen te vergroten.

Ook wil men organisaties en instellingen waar tekenen normaal gezien niet tot het activiteitsaanbod behoort overtuigen om tijdens 'The Big Draw' een tekenactiviteit te organiseren. Dit om het aanbod uit te breiden en verscheiden te maken. Om deze verscheidenheid te bevorderen trachtte KUNSTWERKT samenwerking tussen (amateur)kunstenaars en professionele kunstenaars te stimuleren. (KUNSTWERKT, 2013, conceptnota)

4.1.3. Doelgroepen

(Kunst)musea en culturele of erfgoedinstellingen, maatschappelijke organisaties, horeca, middenstand, bezoekers van bovengenoemde organisaties, onderwijs en (amateur)kunstenaars waren de deelnemers om het programma vorminhoud te geven.

Tijdens het festival werd het aanbod naar iedereen gericht: tekenaars, amateurkunstenaars, passanten, niet-tekenaars, volwassenen, kinderen,...

4.1.4. Toekomst

Ook in 2014 komt er een Belgische editie van 'The Big Draw', deze keer in Antwerpen. Dit heeft te maken met het feit dat KUNSTWERKT een landelijke organisatie is en hun werking moet spreiden in Vlaanderen. Dromen gaan op richting een Vlaamse of Belgische editie van 'The Big Draw', maar dit is voorlopig nog niet mogelijk. In Gent is er voorlopig nog geen organisatie die de initiatiefnemende rol en coördinatie wil of kan overnemen.

Er is gekozen om het festival gedurende vijf dagen te laten doorgaan, dit omdat de editie in Gent doorging op vrijdag, zaterdag en zondag. Tijdens die dagen zijn er te weinig kansen voor scholen om deel te nemen. Door de periode te verlengen en op woensdag te laten starten zijn ook meer mogelijkheden.

Sinds eind maart 2014 kunnen de activiteiten opnieuw ingegeven worden via de site. Hierbij volstaat een titel, korte omschrijving, eventuele extra informatie, onderverdeling in een bepaalde categorie (zie eerder), doelgroep.

De deadline voor de inschrijvingen ligt op 15 september 2014.

4.2. WAK in Antwerpen als 'good practice'

In het kader van deze bachelorproef en hetgeen ik wil onderzoeken leek het mij zinvol om een good practice te belichten waar Circa zelf aan heeft meegewerkt: 'The Big Draw'. Maar anderzijds ook een voorbeeld te geven waar Circa niets mee te maken heeft. Om zo te kijken hoe men in een andere stad te werk gaat. Hiervoor kwam ik terecht in Antwerpen. Ook doordat er bij Circa opgemerkt werd dat er zich weinig kunstenaars inschreven voor hun project tijdens de Week van de Amateurkunsten, leek het mij relevant om binnen dit zelfde thema te kijken hoe ze de WAK nu juist in Antwerpen aanpakken.



4.2.1. Fameus!

Fameus is een autonome organisatie in de stad Antwerpen die de beleving en de beoefening van alle amateurkunsten wil ontwikkelen, stimuleren en ondersteunen. Fameus werkt aan een prikkelend amateurkunstenbeleid in samenspraak met de stad Antwerpen. Daarnaast biedt men een ruime omkadering zodat alle amateurkunstenaars en –verenigingen zich in Antwerpen maximaal kunnen ontplooiën.

Elk jaar werkt de organisatie aan verschillende projecten mee. Eén van de belangrijkste activiteiten is de jaarlijkse coördinatie van het 'Liefhebber Kunstenfestival' tijdens de Week van de Amateurkunsten. Sinds 2014 coördineert Fameus de Antwerpse voorronde van 'Kunstbende'. Deze vzw verhuurt ook een eigen zaal voor culturele doeleinden en ontwikkelt samen met Stad Antwerpen het subsidiebeleid voor amateurkunsten. (Fameus, 2014, online)

4.2.2. Groei doorheen de jaren

Uit een interview met de coördinator van Fameus kreeg ik heel wat interessante informatie over het heden en verleden van Het Liefhebber Kunstenfestival en de organisatie.

Fameus als organisatie bestaat sinds 2012 en is de integratie van drie verschillende organisaties: een particulier initiatief: 'Het huis voor de Amateurkunsten vzw' die voornamelijk de beheer van het gebouw verzorgde waar Koor&Stem en Opendoek hun kantoren gevestigd zijn en tevens een theaterzaal is. Daarnaast waren er ook twee stadsinitiatieven: 'Liefhebber kunstenfestival', wat de Antwerpse Week van de Amateurkunsten is en dus al was. Daarnaast verspreiden zij amateurkunstenprojecten doorheen het jaar en doorheen de stad en de verschillende districten van de Stad Antwerpen. Het tweede stadsinitiatief was het Fonds voor Talentontwikkeling: een subsidielijn voor amateurkunstenaars, waarbij project- en werkingsmiddelen voor jeugdroepen die rond amateurkunsten werken konden worden aangevraagd.

Het Liefhebber kunstenfestival bestaat sinds 2002, en is dus 10 jaar georganiseerd door een aparte organisatie van de Stad Antwerpen voor het de opdracht van Fameus werd. Toen is er bewust gekozen om niet te varen onder de vlag van de amateurkunsten en werd gekozen voor de naam: *Liefhebber Kunstenfestival*. Deze keuze werd gemaakt omdat het begrip 'amateur' volgens velen een eerder negatieve connotatie meedraagt.

Sinds 2012 kreeg Fameus dus van de stad Antwerpen de opdracht om onder andere de coördinatie en organisatie van 'Het Liefhebber Kunstenfestival' op zich te nemen. Liefhebber was sinds 2002 meteen al groots en gecoördineerd opgezet met betrokkenheid van veel partners. Hierdoor kon Fameus verder bouwen op eerdere ervaringen en de manier waarop het de voorgaande jaren georganiseerd werd. Toen het festival een verantwoordelijkheid werd van Fameus is er wel bewust gekozen om de titel 'Het Liefhebber Kunstenfestival' aan te vullen met de ondertitel 'De Antwerpse week van de Amateurkunsten' en het logo van de WAK ook op alle communicatie te plaatsen. Dit omdat men opmerkte dat mensen ofwel de WAK kennen maar dan niet het Liefhebber Kunstenfestival of omgekeerd. Ook was de band met het Forum voor Amateurkunsten voor 2012 minder aanwezig of duidelijk. Fameus hecht vandaag veel belang aan de verbondenheid en het bundelen van krachten van organisaties die zich inzetten voor amateurkunstenaars. Ook heeft het Liefhebber Kunstenfestival steeds plaats tijdens de Week van de Amateurkunsten en de activiteiten worden doorgegeven om in de databank en de WAKgazet (het programmaoverzicht) te plaatsen.

4.2.3. Liefhebber Kunstenfestival

Gespreid over de 10 dagen waarover de Week van de Amateurkunsten loopt, kleurt dit festival verschillende locaties in de stad Antwerpen met theater, muziek, dans, zang, circus en beeldende kunst. Dit kunstenfestival biedt een mix van verschillende kunstdisciplines in om het even welke vorm: expo's, kunsthappenings, voorstellingen, concerten, workshops,...

Fameus staat open voor de vraag of aanbod van lokale amateurkunstenaars. Men wil er zijn voor elke kunstenaar, groot of klein. De organisatie wil haar schouders zetten onder alle mogelijke projecten. In de beginjaren van het Liefhebber Kunstenfestival was het de taak van de stadsorganisatie die dezelfde naam droeg als het festival om vooral te coördineren, een oproep te verspreiden naar amateurkunstenaars en verenigingen. Zij bood financiële ondersteuning en een overkoepelende

reclame- en mediacampagne maar zette zelf geen activiteiten op poten. Dit veranderde in de loop der jaren waarbij de organisatie zelf meer activiteiten opzette, sinds het bestaan van Fameus worden er vier extra accenten gelegd:

Er zijn vier wegen om deel te nemen aan het Kunstenfestival:

1. Je organiseert zelf een initiatief

Hierbij werkt men individueel of in groep een activiteit uit die één of meerdere dagen plaatsvindt tijdens de festivalweek. Via een inschrijvingsformulier op de website kan men zich inschrijven en extra ondersteuning aanvragen, zoals: promotie, materiaal of subsidies. De activiteit wordt opgenomen in de programmakrant, op de website, in de nieuwsbrieven,... Zij worden enkel promotioneel mee in het verhaal opgenomen maar het individu of de organisatie blijft eigenaar van het project.

2. Je organiseert zelf een activiteit maar hebt ondersteuning nodig

Verenigingen kunnen financiële ondersteuning krijgen, tot maximum €500. Hiervoor moet de activiteit passen binnen enkele thema's. Bijvoorbeeld een nieuwe soort activiteit, aansluitend bij het thema van de WAK, een mix van verschillende kunstdisciplines, dat zich richt op het verbreden van het publiek,... Wanneer je dan aan drie van de zes voorwaarden voldoet kan je aanspraak maken op de ondersteuning. Ook hier blijft men zelf eigenaar van de activiteit maar wordt financieel, inhoudelijk of logistiek begeleid.

3. Fameus organiseert

Er wordt een activiteit opgezet door Fameus. Zij zijn ook de eigenaar en initiatiefnemer en zoeken de geschikte organisatie of artiesten voor de uitvoering.

4. Je creëert met steun van Fameus

Men maakt een eigen voorstelling voor het Liefhebber Kunstenfestival in samenwerking met Fameus. Fameus daagt enkele groepen of individuen enkele maanden voor het festival uit om een voorstelling in het thema van de WAK te maken. Deze projecten ontvangen een financiële, logistieke, artistieke en communicatieve ondersteuning. Ook hier worden er naast de opdracht om een performance, voorstelling te creëren ook voorwaarden gesteld zoals bijvoorbeeld: het moet met verschillende organisaties samen gecreëerd worden, er moeten verschillende kunstdisciplines aan bod komen,...

Daarnaast kan men ook echter op volgende manieren deelnemen of hulp vragen bij Fameus:

5. Je bent op zoek naar een presentatieplek

Men heeft een idee vanuit een vereniging of als individuele artiest maar vindt hiervoor geen locatie of het zou beter passen als onderdeel van iets groters. Dan helpt Fameus jou in de zoektocht of contact, zodat men kan deelnemen aan een bestaand project.

6. Je wil meewerken als vrijwilliger

Zowel bij de voorbereidingen als tijdens het festival wordt er op veel vrijwilligers beroep gedaan. Het gaat over taken zoals: barmedewerker, flyereren, op- en afbouw, onthaal,...

7. Je stelt je locatie ter beschikking als presentatieplek

Individuele verenigingen, scholen, bedrijven die een locatie ter beschikking wensen te stellen kunnen dit via Fameus bekend maken.

4.2.4. Fameus als WAK-coördinator

De voornaamste taak als coördinator is dat zij het geheel coördineren en regisseren. Daarnaast vormen zij het aanspreekpunt voor de Stad Antwerpen, het Forum voor Amateurkunsten, de individuele kunstenaars en organisaties. Ook gaan zij voor het festival ook actief op zoek naar diverse partners om mee te werken, jeugdhuizen en jeugdcentra, rusthuizen en dienstencentra,... om zo verscheidene organisaties te betrekken.

Tijdens het Liefhebber Kunstenfestival vinden er gemiddeld een 100-tal activiteiten die plaats. In het najaar wordt een oproep gelanceerd aan kunstenaars en verenigingen om deel te nemen en dit via de website, nieuwsbrief, stadskrant, website van de stad en een grootse oproepcampagne waarbij affiches in de hele stad worden verspreid. Hiervoor wordt een campagnebeeld ontwikkeld dat al een link heeft met het campagnebeeld van het kunstenfestival zelf. Zo werd voor de oproep tot deelname dit jaar het beeld verspreid waaruit een klein mannetje groeide uit een bloempot via flyers, affiches, via sociale media.



(Fameus, 2014, online)

De affiches voor het Liefhebber Kunstenfestival waren uiteindelijk afbeeldingen van acht amateurkunstenaars die uit diezelfde bloempot gegroeid waren. (Zie verder).

Er wordt dus al van bij de oproep tot deelname gewerkt aan de zichtbaarheid en herkenbaarheid van het campagnebeeld.

Tot eind december kan men zich inschrijven en vanaf het voorjaar begint Fameus te puzzelen met de ingegeven activiteiten en ruimtes die werden opgegeven.

Zij hebben hier nog nooit te kampen gehad met een echt tekort aan deelnemende kunstenaars of organisaties. Elk jaar zijn er enkele vaste kunstenaars en organisaties die opnieuw willen deelnemen

maar er bieden zich ook telkens heel wat nieuwe artiesten aan. Die mix van gekende en nieuwe mensen of activiteiten is heel belangrijk voor Fameus. Zo willen zij in het Liefhebber Kunstenfestival de diversiteit van de stad Antwerpen representeren. Hiermee doelen zij op een mix van verschillende nationaliteiten, jong, oud, ervaren, niet-professioneel, gekende en mindere gekende locaties. De situatie in Antwerpen is een beetje speciaal doordat naast de stad Antwerpen zelf ook de negen districten van de stad meespelen. Deze hebben ook een plaatselijk districtsbestuur en willen hun autonomie bewaken. Tijdens de WAK probeert men hieraan tegemoet te komen en is het in de loop der jaren zo gegroeid dat er in elk district een grotere activiteit binnen het Liefhebber Kunstenfestival plaatsvindt.

Fameus als organisatie voor de volledige stad en zijn districten is verantwoordelijk om hierop toe te zien en men probeert om per district of wijk verschillende partners aan elkaar te koppelen om enerzijds die diversiteit weer te geven. Zo worden er plaatselijk de cultuurdiensten, cultuurcentra, individuele kunstenaars, amateurverenigingen, jeugdhuizen, buurtcomités, sportclubs,... betrokken. Anderzijds zorgt dit ook voor een grote verbondenheid en betrokkenheid bij het project. Aangezien kleinere organisaties of kunstenaars vooral hun eigen achterban bereiken kan men door verschillende organisaties en kunstenaars samen te plaatsen het publiek uitbreiden en komen er veel meer mensen naar kijken.



(Fameus, 2014, online)

4.3. Onderzoek

4.3.1. Probleemstelling

Circa Cultuurcentrum Gent is de WAK-coördinator van Stad Gent. Dit houdt in dat zij het aanspreekpunt zijn voor Gentse amateurkunstenaars die tijdens de Week van de Amateurkunsten graag een activiteit willen organiseren. Dit kan gaan van kleine interventies op een tentoonstelling tot grote activiteiten in de gemeente of stad. Van een WAK-coördinator wordt verwacht dat deze de activiteit van zijn haar gemeente of stad centraliseert en registreert in de databank. Hij is de

contactpersoon tussen het Forum voor Amateurkunsten en de kunstenaars uit zijn buurt, ook via deze coördinator gebeurt de distributie van het promotiemateriaal en dergelijke.

In 2012 was het thema van de WAK 'Homemade'. In dit kader zette Circa een eerste editie van het project 'Huisvuiltuig' op als eigen activiteit tijdens de WAK. Daarbij werden kunstenaars uitgenodigd om een workshop uit te werken voor kinderen in het basisonderwijs. Circa bood ondersteuning aan de kunstenaars bij het ontwikkelen van de workshop, en organiseerde de toepassing van de workshops in een aantal klassen, gedurende de Week van de Amateurkunsten.

Kunstenaars werden gezocht via een brede oproep, waarop een 15-tal kunstenaars reageerden. Deze oproep verliep via de nieuwsbrief van Circa, de sociale media waarop Circa actief is, de website van Circa, het Deeltijds Kunstonderwijs en enkele persoonlijke contacten van Circa. Er werd een vergoeding voorzien van €150 voor een halve dag. €75 hiervan werd voorzien door Circa, €75 door de deelnemende school. Tijdens de WAK 2012 werden dan 15 workshops gerealiseerd in verschillende klassen.

Voor de tweede editie in 2013 werd voor de coaching van de kunstenaars samenwerking gezocht met Kleur Bekennen, die hun expertise op methodisch vlak inbrachten. De coaching werd geconcentreerd op 1 'inspiratiedag' waar de kunstenaars hun voorstel voor workshop aan de overige deelnemers voorstelden en op basis van de feedback verder aan de slag gingen. Door het wegvallen van de betrokken Circa-medewerker zijn slechts 2 workshops toegepast in klassen.

De twee voorbije edities tonen aan dat er onder Gentse kunstenaars een grote interesse of behoefte bestaat om coaching te krijgen in het ontwikkelen van workshops, en gelegenheid te krijgen deze workshops effectief te kunnen uitvoeren met klassen. Ook binnen het onderwijsveld is er veel interesse om met kunstenaars aan de slag te gaan en op die manier ook een andere methodiek in de praktijk te zien.

In 2014 wilden zij dit succesvol initiatief herhalen en nog uitbreiden. Het was de bedoeling om meer kunstenaars dan het voorbije jaar te betrekken bij de activiteit en om ook samen met hen twee halve dagen voor te bereiden. Op deze voorbereidingsdagen wilde men MUS-E Belgium ('Open platform voor kunstenaars en co-creatie') en WOCC (de pedagogisch begeleidingsdienst). Het voorgaande jaar was er bij de samenkomst eigenlijk enkel ruimte om de eigen workshops aan elkaar voor te stellen maar dit jaar wou men op een meer interactieve manier aan de slag. Hierbij was het de bedoeling om inspiratie op te doen, kritisch de eigen praktijk te bekijken, elkaar feedback te geven over ideeën voor de workshops,... De oproep tot deelname werd verspreid via dezelfde media als in 2012. De oproep zelf kan u terugvinden in bijlage 1 op pagina 72. Er waren drie kunstenaars die een voorstel indienden. Dit aantal was te weinig om de samenwerking met andere organisaties en verschillende scholen op te zetten en er werd besloten het project dit jaar niet te laten doorgaan.

Circa Cultuurcentrum Gent ondervindt bij bepaalde projecten moeilijkheden om samenwerkende partners of kunstenaars te vinden. Vooral tijdens de Week van de Amateurkunsten (WAK) waarbij zij de coördinator zijn van de stad Gent, is dit voor hen opvallend. Hoewel zij bij andere projecten succesvolle ervaringen hebben.

'The Big Draw' is een voorbeeld van zo een succesvol project. Nu is de vraag waaraan dit succes juist te wijten is? Welke factoren spelen een rol? En op welke manier kan dit hergebruikt worden bij andere projecten?

4.3.2. Onderzoeksvraag

Welke factoren spelen een rol voor kunstenaars of organisaties om al dan niet deel te nemen aan een project en wat kan Circa ondernemen om de deelname van kunstenaars of artistieke organisaties in de toekomst te verhogen?

4.3.3. Onderzoeksopzet

Met het onderzoek wil ik:

Succesfactoren van goed draaiende activiteiten in kaart brengen. Zo heb ik initiatiefnemende organisaties van 'The Big Draw', waar Circa zelf ook aan meewerkte en het Liefhebber Kunstenfestival in Antwerpen gecontacteerd.

Door de kunstenaars, organisatoren, samenwerkingspartners te bevragen wil ik kijken of verschillende partijen 'The Big Draw' als een succesformule ervoeren en welke factoren hier een belangrijke rol in spelen.

Door Fameus in Antwerpen te bevragen wil ik kijken hoe een andere stad de WAK en de rol als coördinator aanpakt.

Tenslotte wil ik uit dit alles besluiten trekken en bevindingen of suggesties formuleren die bruikbaar zijn in de praktijk voor toekomstige projecten van Circa.

4.3.4. Verloop

Als eerste stap contacteerde ik KUNSTWERKT, aangezien zij de initiatiefnemende organisatie zijn voor 'The Big Draw'. Mijn bedoeling met dit inleidend gesprek was om zoveel mogelijk praktische info over 'The Big Draw' te verzamelen over hoe zij de oproep verspreid hebben, de profielen van de kunstenaars of organisaties nagaan, de manier waarop zij mensen opgetrommeld hebben,... Het leek me essentieel deze informatie te bezitten alvorens mijn onderzoek op te starten. Ik kreeg veel info uit dit gesprek, nieuwe ideeën en contacten om aan de slag te gaan.

Het leek mij het interessantste om zowel kunstenaars en organisaties te bevragen die zich hebben ingeschreven met een activiteit, als kunstenaars uit de buurt van Gent die niet deelnamen aan 'The Big Draw'. Zo kunnen er ook verschillende belemmerende factoren uit het onderzoek belicht worden.

Daarnaast wilde ik de organisaties die hielpen bij het op poten zetten van 'The Big Draw' interviewen.

Na het afwegen van verschillende methodes leek het mij het meest efficiënt om enerzijds een enquête op te stellen voor de kunstenaars en anderzijds de organisaties via interview te bevragen.

Zo beluisterde en bevroeg ik de ervaringen van de coördinator bij KUNSTWERKT, de verantwoordelijke voor internationale pers en communicatie uit het S.M.A.K en de communicatieverantwoordelijke bij Circa. Hiernaast kon mijn onderzoek uitgebreid worden dankzij de interviews die ik mocht afnemen bij de coördinator van Fameus, de vrouw achter SKETCH en de communicatieverantwoordelijke uit het STAM.

Deze laatste helpt bij de organisatie van de erfgoeddag en de Gentse museumnacht en heeft al veel ervaring met het lanceren van oproepen naar deelnemers en het samenwerken met kunstenaars of organisaties.

4.3.5. De enquête

Op 11 april maakte ik mijn enquête op via het online systeem Google docs. Ik heb ervoor geopteerd één enquête te ontwikkelen die door drie profielen kan beantwoord worden:

- Kunstenaars die 'The Big Draw' kennen en er aan deelnemen
- Kunstenaars die 'The Big Draw' kennen er niet aan deelnemen
- Kunstenaars die 'The Big Draw' niet kennen er niet aan deelnemen

Door deze opdeling te maken hoop ik zoveel mogelijk factoren uit de resultaten te kunnen halen die overtuigen tot deelname, die belemmeren tot deelname of andere ervaringen die kunstenaars hebben meegemaakt bij de samenwerking aan een project. Hoewel ik 'The Big Draw' als good practice voorbeeld gebruik in dit eindwerk wilde ik toch ook nog andere info bekomen om een zo breed mogelijke conclusie te kunnen trekken die toepasbaar is voor verschillende andere projecten. Dit probeerde ik te doen door zowel deelnemers als niet-deelnemers aan te schrijven.

De enquête zelf kan u terugvinden in bijlage 2 op pagina 73.

Vanaf half april heb ik de enquête via verschillende kanalen verspreid. Aangezien er geen lijst bestaat van de deelnemende kunstenaars aan 'The Big Draw' maar de oproep tot deelname ook via verschillende organisaties gebeurde ging ik op dezelfde manier te werk. Zo schreef ik 28 Gentse Kunstgaleries aan per mail. Hierin beschreef ik kort mijn onderzoek en het doel ervan en vroeg of zij bereid waren hun contacten van mensen die bezig zijn met beeldende kunst door te geven of mijn oproep zelf door te sturen. Ook de 9 Gentse musea schreef ik met dezelfde vraag aan.

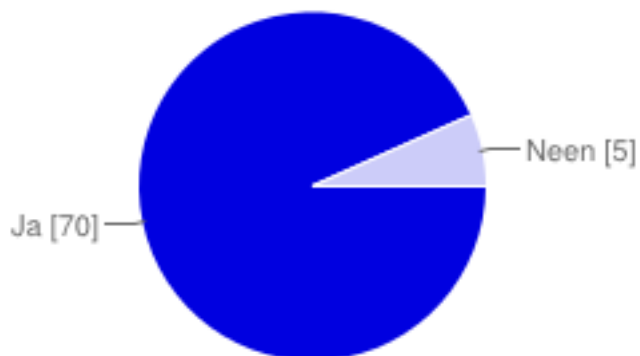
Nucleo, een vzw die in Gent en omgeving ateliers ontwikkelt voor kunstenaars uit de verschillende disciplines en Deeltijds Kunstonderwijs: De Academie voor Beeldende Kunst en Sint-Lucas Academie uit Gent ontvingen ook mijn oproep. Daarnaast schreef ik 122 individuele kunstenaars aan met de vraag deel te nemen aan mijn onderzoek door het invullen van de enquête. Exact tien dagen na mijn eerste mail, schreef ik alle bovenstaande opnieuw aan. Omdat de enquête volledig anoniem is kon ik via deze mail diegene die bereid waren hem door te sturen of in te vullen bedanken en de andere nogmaals aansporen mijn vragenlijst in te vullen. In eerste instantie wilde ik een honderdtal ingevulde enquêtes verzamelen, maar tijdens mijn onderzoek bleek het niet eenvoudig te zijn om de enquête te verspreiden: ik was ervan uitgegaan dat er wel contactgegevens beschikbaar waren van de deelnemende kunstenaars aan 'The Big Draw'. Toen bleek dat dit niet zo was moest ik via de hierboven opgesomde organisaties mijn enquête verspreiden maar dit is niet evident. Alhoewel dat ik in mijn mail vroeg om mij te laten weten of men bereid was mijn oproep door te sturen kreeg ik weinig reactie. Ik moest ook via een tussenkanaal werken en dat vond ik niet evident, daarom besloot ik daarnaast nog zoveel mogelijk kunstenaars zelf aan te schrijven en dat was eenvoudiger om mensen aan te moedigen.

SKETCH en Nucleo vzw hebben me heel erg geholpen door de enquête naar individuele kunstenaars te versturen en hen te overtuigen deze in te vullen. Na deze tweede oproep kreeg ik verrassend veel nieuwe reacties binnen. Ik sloot mijn enquête af op 11/05/2014 en had op dat moment 75 kunstenaars die mijn vragen beantwoord hadden.

In de enquête was er een mix van open en gesloten vragen. De antwoorden op de gesloten vragen kan ik op eenvoudige wijze weergeven in de vorm van grafieken. Bij de open vragen ging het vaak om verduidelijken van antwoorden, dit zijn allemaal individuele antwoorden waardoor ik ervoor geopteerd heb om deze in een tekst te verwerken en de meest voorkomende antwoorden te belichten.

4.3.6. Analyse van de reacties

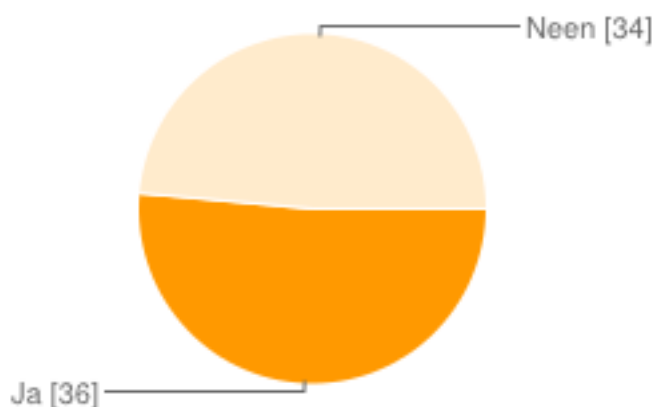
Ken je 'The Big Draw'?



Hieruit kan het simpele besluit getrokken worden dat 'The Big Draw' bekend is onder kunstenaars. Ik heb natuurlijk mijn enquête ook gericht verstuurd naar beeldende kunstenaars via dezelfde wegen als waarlangs de oproep tot deelname aan 'The Big Draw' verstuurd is, dus velen hadden er via de oproep al van gehoord. Ondanks dat het festival naar iedereen gericht was en ervan uitging dat iedereen kan tekenen worden volgens mij beeldende kunstenaars extra aangesproken door een dergelijk initiatief. Waardoor vermoedelijk ook velen van hen er van gehoord hadden.

Je kent 'The Big Draw'

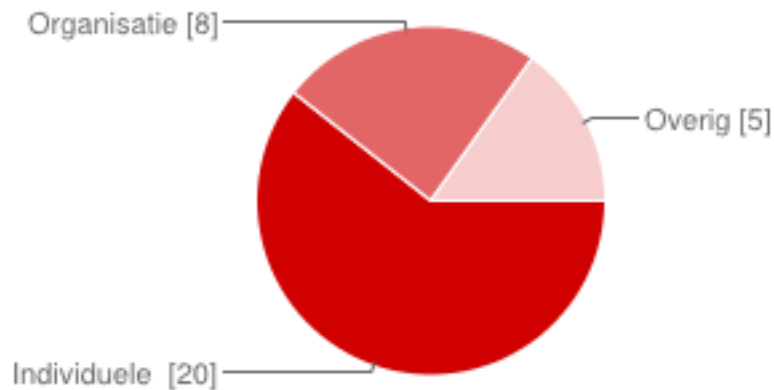
Nam je deel aan 'The Big Draw'?



Het publiek dat de enquête heeft ingevuld is evenwichtig verdeeld. Ik wilde met mijn enquête ook wel beide groepen bereiken maar had op voorhand geen zicht op wie deze zou invullen. Ik vind het goed om van zowel deelnemers als niet-deelnemers hun kijk op participatie van kunstenaars te horen om zo beide kanten van de argumentatie te kunnen vergelijken.

Je nam deel aan 'The Big Draw'

Nam je deel als individueel kunstenaar of vanuit een organisatie?



We merken dat overwegend individuele kunstenaars deelnamen. Wil dit zeggen dat 'The Big Draw' vooral door individuele kunstenaars als een kans gezien wordt? Of dat er weinig organisaties zelf een activiteit opgezet hebben? Belangrijk hierbij is wel dat ik voor deze enquête vele adressen heb kunnen verkrijgen van individuele kunstenaars. Ik heb de organisaties die voor 'The Big Draw' werden aangeschreven ook aangeschreven maar er zijn maar enkele die de enquête hebben ingevuld of doorgestuurd. Dit kan dus een invloed hebben op deze vraag.

Vond je 'The Big Draw' een succes? Waarom wel of niet?

Vele van de deelnemende kunstenaars vonden het een succes en wel om volgende redenen: Het gaf hen kansen om hun werk te tonen voor publiek en nieuwe technieken uit te proberen. Bijvoorbeeld tekenen op ramen.

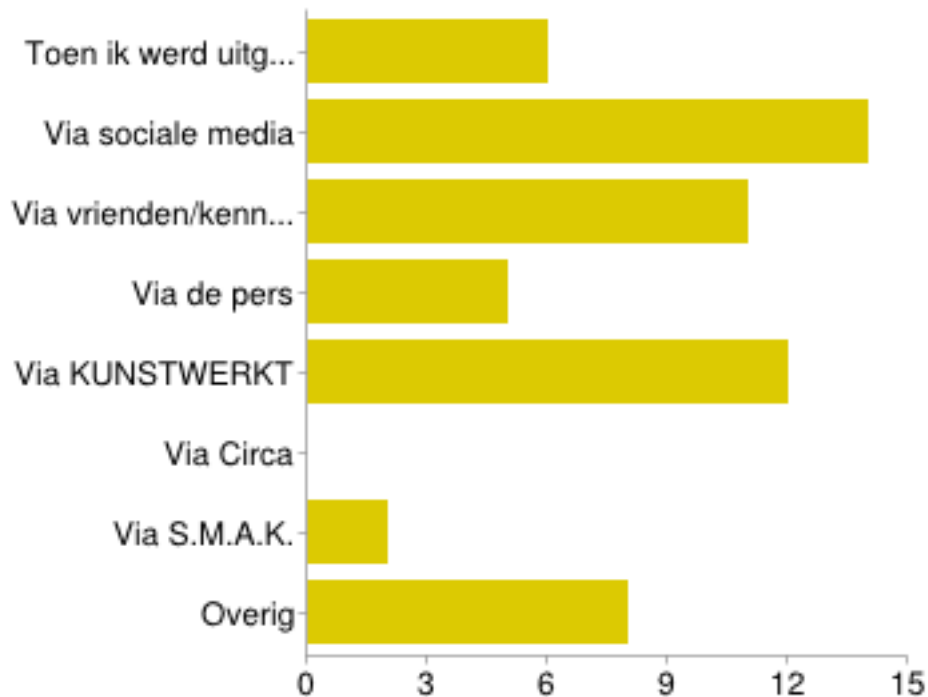
Ook vond men de vele deelnemende kunstenaars en de vele bezoekers een teken dat het festival een succes was. Mensen die anders nooit in contact zouden komen met dit soort van werken kregen nu de kans om te kijken of er zelf mee aan de slag te gaan. Ook mensen die in eerste instantie niet echt naar 'The Big Draw' kwamen, zijn toch spontaan beginnen mee tekenen.

Het werd geapprecieerd dat tekenen als kunstvorm eens voldoende aandacht kreeg aangezien er doorgaans minder belangstelling voor is. Verschillende malen werd de vrijheid, het betrekken van iedereen ongeacht achtergrond of ervaring als een absolute succesfactor benoemd. Ook het uitgebreide aanbod en het feit dat bezoekers konden kiezen of ze wilden deelnemen, zelf creatief bezig zijn of gewoon bewonderen werd goed onthaald. Het feit dat mensen het zich blijven herinneren en er zoveel belangstelling voor was, is een bewijs van het succes! Als kunstenaar was het fijn om deel uit te maken van een groter geheel en de drempel naar kunst in de straat te voelen zakken.

Minder positief vonden bepaalde mensen dat door het grote aantal deelnemers het niveau van de werken niet altijd hoogstaand was. Ook doordat het de eerste editie was waren er nogal wat organisatorische kinderziektes. Daarnaast zagen sommigen de grote vrijblijvendheid als oorzaak van een onoverzichtelijke indruk die het festival gaf. Er was ook een kunstenaar die met het uiteindelijke resultaat van haar activiteit wat op haar honger was blijven zitten en vond dat het uiteindelijke

resultaat te weinig diepgang had. Ook waren er verschillende personen die aangaven dat er onvoldoende gecommuniceerd was of althans niet op de juiste manier omdat vele mensen toch niet op de hoogte waren van een groot deel van de activiteiten en dat dit gemiste kansen waren.

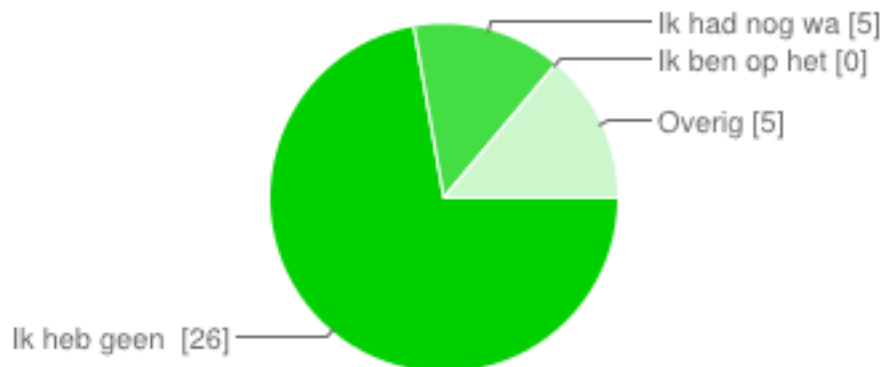
Op welk manier hoorde je voor het eerst over 'The Big Draw'? (meerdere antwoorden mogelijk)



Toen ik werd uitgenodigd voor het inspiratiemoment in maart	6	10%
Via sociale media	14	24%
Via vrienden/kennissen/collega's	11	19%
Via de pers	5	9%
Via KUNSTWERKT	12	21%
Via Circa	0	0%
Via S.M.A.K.	2	3%
Overig	8	14%

Sociale media en KUNSTWERKT speelden een grote rol in het informeren van kunstenaars. Ook via vrienden, kennissen en collega's werden heel wat mensen geïnformeerd, mond aan mondreclame had bij dit project een belangrijke invloed. Opvallend voor mij is de 0 voor Circa.

Op welk moment besliste je deel te nemen aan 'The Big Draw'?



Ik heb geen seconde getwijfeld toen ik erover hoorde	26	72%
Ik had nog wat meer info nodig om overtuigd te worden en heb me dan ingeschreven	5	14%
Ik ben op het laatste moment overtuigd doordat ik het project zag groeien	0	0%
Overig	5	14%

Kunstenaars waren over het algemeen heel enthousiast om deel te nemen, bijna driekwart twijfelde geen moment. 14% had toch nog meer informatie nodig om zich in te schrijven. Het loont dus wel de moeite om zoveel mogelijk info te verspreiden en de oproep op verschillende momenten te herhalen. Niemand die tot het laatste moment wacht: voor mij zegt dit dat de info en verwachtingen voor deze mensen meteen vrij duidelijk waren.

Waarom nam je deel aan 'The Big Draw'?

Het meest voorkomende antwoord was dat men graag bezig is met tekenen en daarom deelnam. Tekenen wordt gezien als een universele taal om mensen te verbinden. Daarnaast vond men Gent ook een goede locatie om dit festival te laten doorgaan vanwege de vele kunstscholen en creatieve mensen die er aanwezig zijn. De lage drempel, het experimentele karakter en de grootsheid van het project wat op zijn beurt kansen creëert om werken aan een groter publiek te tonen, kon ook enkele kunstenaars overtuigen. Het bracht mogelijkheden met zich mee die men als individu niet kan verwezenlijken of niet zou doen.

Ook het feit dat tekenervaring niet vereist was werkte voor velen drempelverlagend en vergrootte de toegankelijkheid van het festival. Hierbij aansluitend wordt de vrijheid benoemd waarbij tekenaars werden samengebracht en hun ding mochten doen en dit tonen aan de buitenwereld. De promotie en versterken van naambekendheid was hierbij mooi meegenomen.

Daarnaast spraken het internationale karakter, de samenwerking met andere kunstenaars, de unieke locaties en het experimentele karakter ook aan.

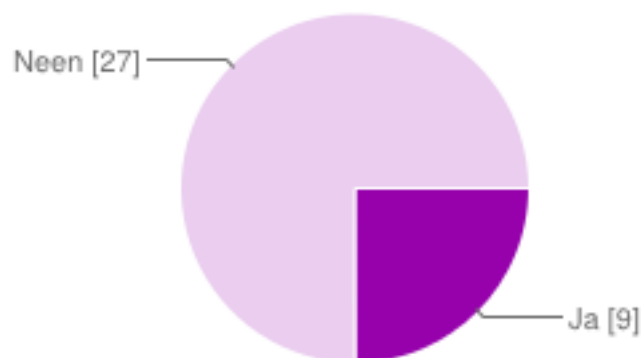
Ook enkele kunstenaars zagen het als kans om zichzelf te stimuleren een andere aanpak uit te proberen en directe feedback van passanten te verkrijgen. Ook is het een geschikt moment om nieuwe mensen te leren kennen.

Vond je jouw activiteit een succes? Waarom wel of niet?

Velen gaven aan dat het grote aantal bezoekers en de interesse in hun werk of galerie doorslaggevend was voor het succes van hun activiteit. Hierbij was de breedheid van het publiek ook zeer belangrijk. Mensen die anders nooit met tekenen in aanraking komen kregen nu de kans om werken te bekijken of zelf aan de slag te gaan. Ook de overkoepelende communicatie en deze via grotere en bekendere partners zorgde ervoor dat 'The Big Draw' als een succesevenement werd ervaren. Doordat de bezoekers soms live het tekenproces konden volgen vonden enkele kunstenaars het interessant om ook meteen feedback te ontvangen. Dit is anders wanneer men achteraf bedenkingen hoort en het proces niet meer kan aanpassen, nu kon men er meteen op inspelen. Tijdens 'The Big Draw' ontstonden nieuwe samenwerkingen. Bepaalde kunstenaars mochten later nog eens naar de ruimte of plek terugkeren om er opnieuw een werk te maken. Als men zijn werken in de toekomst verder kan zetten dankzij het evenement, duidt dit toch op succes. De grote vrijheid die men als tekenaar kreeg werd positief onthaald en ondanks die vrijheid zat het organisatorisch goed in elkaar en werd het materiaal voorzien. De grote zichtbaarheid in het straatbeeld en de positieve reacties van de mensen hadden ook een grote invloed.

Anderen vonden het maar een gedeeltelijk succes omdat met wilde experimenteren met nieuwe technieken of methoden van tekenen en dit achteraf toch hun ding niet bleek te zijn. De ervaring waarin het nieuwe en experimenteren centraal stonden, vonden zij dus wel geslaagd maar men was minder tevreden over het eindproduct. Kunstenaars die deelnamen aan "Dampoort tekent!" waarbij schetsboeken van deur tot deur werden doorgegeven hadden meer aanhang en interesse verwacht. Enkelen vonden het echter jammer dat ze door hun eigen activiteit zelf geen andere werken hebben kunnen zien. Tot slot waren er ook die het geen echt groot succes vonden wegens een te lage drempel tot deelname, wat zorgde voor sommige stereotiepe werken en weinig diepgang in bepaalde projecten.

Was dit de eerste keer dat je een artistiek project op poten zette?

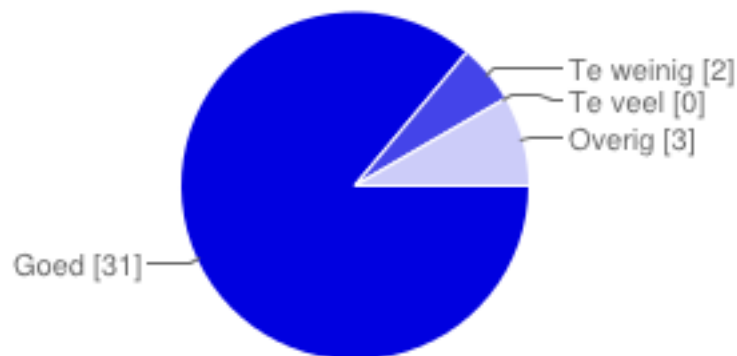


Het bleek hier overwegend te gaan over ervaren kunstenaars. Een kwart van de kunstenaars die nog geen artistiek project had opgezet, dit duidt er op dat er toch ook heel wat beginnende of onervaren kunstenaars bereikt werden en deelnamen.

Indien je hulp nodig had om je project te realiseren, hoe heb je dat opgelost?

Enkele kunstenaars vonden dat er nog meer ondersteuning mocht komen vanuit de initiatiefnemende organisatie. Anderen hebben het opgelost door de hulp van collega's of bevriende kunstenaars. Wat materiaal betreft zijn verschillende mensen op zoek gegaan naar sponsoring, zo zijn bijvoorbeeld de stiften voor 'The Big Window Walk' gesponsord omdat er voor de activiteiten geen budget was vanuit KUNSTWERKT. Verschillende kunstenaars hebben ook hulp gekregen van de locatie waar hun activiteit doorging of het werd zelf een co-creatie van kunstenaar en locatie die samen gingen brainstormen en de taken verdeelden.

Wat vond je van de communicatie met betrekking tot je inschrijving en deelname?



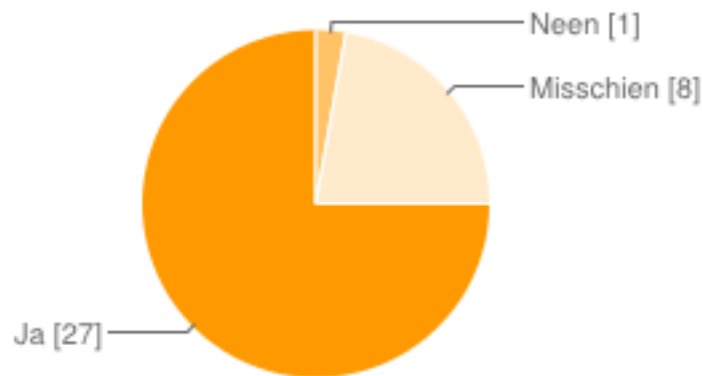
Over het algemeen was men tevreden over de communicatie. Gezien niemand het te veel vond en er toch enkelen het te weinig gecommuniceerd vonden denk ik dat er nog meer moet of mag ingezet worden op communicatie: liever te veel dan te weinig?

Kan je bovenstaand antwoord verduidelijken?

De meeste deelnemende kunstenaars vonden het zeer duidelijk waar en hoe men zijn activiteit moest registreren, ook de verwachtingen en verplichtingen waren van in het begin duidelijk en alles werd goed opgevolgd door KUNSTWERKT. Ook kunstenaars die via een organisatie of galerie hun activiteit georganiseerd hebben, kregen veel informatie via hen waardoor alles duidelijk was. Het was ook duidelijk wat men wou bereiken met het festival door de manier waarop men het naar buiten bracht en de zaken benoemde. Voor 'The Big Window Walk' was er een aparte uitnodiging en communicatie waardoor de info heel specifiek en duidelijk bleek.

Bij 'The Big Window Walk' was er ook afgesproken dat de locaties een bedanking (twv €10) zouden voorzien voor de kunstenaars, hierover was nogal wat onduidelijkheid. Ook het programma van het festival werd als verwarrend ervaren. Zo stonden niet alle activiteiten in de festivalkrant en was de website niet echt overzichtelijk. Enkele activiteiten werden opgezet en er werden kunstenaars gezicht en enthousiast voor gemaakt, uiteindelijk bleek de buurt niet echt enthousiast en zijn de krijttekeningen zelfs aangeklaagd als vandalisme.

Zou je bij een eventuele volgende editie opnieuw deelnemen?



Dit duidt op een algemene tevredenheid van de kunstenaars over het verloop van 'The Big Draw'. Er was slechts één iemand die het niet opnieuw zou doen, wat natuurlijk aan verschillende factoren gelegen kan zijn. Een kwart zegt misschien opnieuw deel te nemen dus er moet opnieuw in grote mate publiciteit en informatie voorzien worden voor zulke evenementen.

Kan je bovenstaand antwoord verduidelijken? Waarom wel of niet?

Vele kunstenaars zouden opnieuw deelnemen omdat ze 'The Big Draw' op zich een geweldig initiatief vonden, om via een groot festival het tekenen onder de aandacht te brengen en iedereen oproepen deel te nemen. Alles was goed overkoepelend georganiseerd en de kunstenaars konden hun activiteit daar in plannen, dit was gemakkelijk zodat zijzelf weinig promotioneel of communicatief moesten voorzien. Anderen zouden graag bij een volgende editie weer andere werkvormen of materialen willen uittesten om zo hun eigen kennis en ervaring uit te breiden. Ook de nieuwe contacten en eventuele samenwerkingen die ontstonden zorgen voor toekomstmuziek.

Anderen twijfelen vanwege hun eigen prioriteiten die ze op dat moment zullen stellen, of ze nog wel met tekenen bezig zullen zijn. Of laten hun deelname afhangen van de organisatorische insteek en aanpak van het festival dan. Er wordt ook gesuggereerd om bij een volgende editie een andere insteek of kunstvorm te belichten.

Anderen zouden niet meer deelnemen omdat het organisatorisch heel veel van de kunstenaars zelf vroeg en er geen budget was om enerzijds de activiteit te bekostigen of om er als kunstenaar iets aan te verdienen. Ook zijn er kunstenaars die enkel in Gent nog willen deelnemen en niet bij edities in andere steden omdat dit heel onpraktisch is om zich telkens te verplaatsen en omdat ze dan de stad niet kennen.

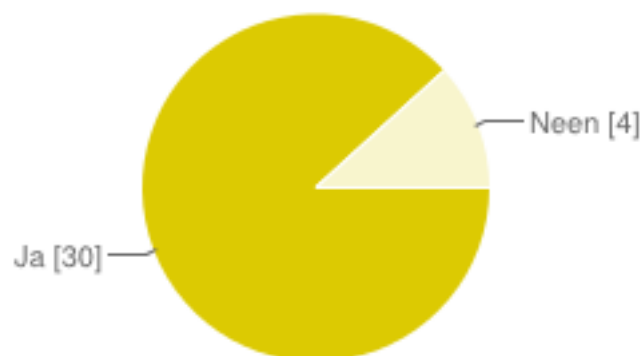
Je nam niet deel aan 'The Big Draw'.

Ben je een individuele kunstenaar of spreek je vanuit een organisatie?



Ook bij diegene die niet deelnamen aan 'The Big Draw' een overwicht aan individuele kunstenaars, ik vermoed dat ik met mijn enquête dus vooral individuele kunstenaars heb kunnen overtuigen deze in te vullen.

Vind je 'The Big Draw' een goed initiatief?



Ondanks geen deelname vindt de meerderheid het toch een goed initiatief. Men staat over het algemeen vrij positief ten opzichte van het evenement.

Kan je bovenstaand antwoord even verduidelijken? Waarom wel of niet?

Verschillenden vonden het positief dat galleries of kunstenaars hun atelier of ruimte open stelden voor anderen. Men staat positief tegenover het feit dat tekenen op een laagdrempelige manier tot bij de brede bevolking wordt gebracht en om kunstenaars zelf in aanraking te laten komen met het werk van anderen. Ook werd er verschillende keren aangehaald dat deze manier van kunstspreiding veel toegankelijker is voor het grote publiek omdat de drempel om op eigen initiatief naar een museum of galerie te gaan nog steeds hoog ligt voor velen. Wat hier opnieuw terugkomt is het in de aandacht zetten van en de appreciatie voor de tekenkunst. De vrijheid voor zowel artiest als

bezoeker om eigen dingen te doen of een eigen weg te kiezen wordt verschillende keren aangehaald. Alsook het stimuleren en bieden van kansen om creatief bezig te zijn.

Er zijn personen die er zich aan stoorden dat het idee van creativiteit op een weinig kritische manier benaderd wordt doordat iedereen kon deelnemen. Eén persoon vond het jammer dat er niet vertrokken is vanuit het reeds bestaande aanbod, want nu werden er veel extra activiteiten georganiseerd waardoor dit evenement een soort concurrentie aangaat met bestaande initiatieven in plaats van complementair te zijn. Hierbij aansluitend vroeg iemand zich af of Gent niet al verzadigd is van de expo's, evenementen, activiteiten,... Hoe moeten mensen nog een keuze maken? Ook vond iemand het jammer dat het om de kopie ging van een bestaand initiatief en geen eigen idee.

Waarom nam je niet deel aan 'The Big Draw'? (meerdere antwoorden mogelijk)

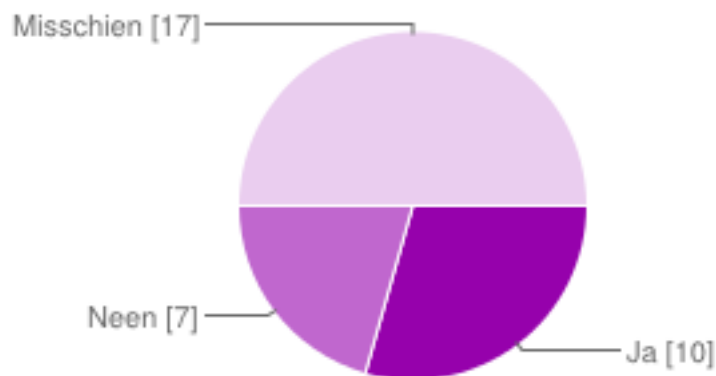


Ik had wel zin om deel te nemen, maar niet genoeg tijd	12	26%
Ik had geen concreet idee voor een activiteit	5	11%
Ik durfde niet goed, ik heb dit nog nooit gedaan	3	7%
Het was me niet duidelijk wat van mij verwacht werd	3	7%
Ik had een goed idee, maar het is me niet gelukt om het uit te werken	2	4%
Ik was te laat om in te schrijven	4	9%
Ik vond geen geschikte locatie	1	2%

Ik kreeg te weinig ondersteuning bij het realiseren van mijn activiteit	3	7%
Overig	13	28%

Uit deze antwoorden leid ik af dat het niet deelnemen overwegend te wijten is aan tijdsgebrek. Ook geen concreet idee hebben voor een activiteit speelde een rol. 7% kreeg te weinig ondersteuning. Opvallend is ook de 28% die overige redenen aanduidt. Hierbij was de mogelijkheid om dit te verduidelijken maar dit werd niet ingevuld. Indien men bij een volgende editie meer mensen willen bereiken lijkt het mij aangewezen dit verder te onderzoeken.

Zou je bij een eventuele volgende editie wel deelnemen?



De meesten zijn wel overtuigd of te overtuigen om bij een volgende editie wel deel te nemen, hoewel de meerderheid toch twijfelt. Zelfs na de uitvoering en de over het algemeen positieve houding ten opzichte van het evenement is men nog niet volledig overtuigd om deel te nemen.

Kan je bovenstaand antwoord even verduidelijken? Waarom wel of niet?

Hierbij werden heel praktische zaken aangehaald waarom men twijfelt zoals: de datum, een goede locatie, timing tussen eigen projecten door, de grote tijdsinvestering.

Anderen zijn niet overtuigd omdat zij vinden dat het concept niet goed ineenzit en dat hun eigen werk niet gericht is op dergelijk breed publiek. Ook werd er aangehaald dat het als kunstenaar eens leuk is om als bezoeker het werk van anderen te gaan bewonderen of deel te nemen aan een workshop en dat ze daarom bewust niet willen deelnemen om zelf op ontdekkingstocht te kunnen gaan doorheen het festival. Ook zijn er mensen die het opzetten van activiteiten liever overlaten aan professionele kunstenaars die beter in dit profiel passen. Ook zijn er mensen die hun brood verdienen met tekenen en aangezien er bij dit project geen budget is om de vele kunstenaars te vergoeden, zien zij het niet zitten om deel te nemen.

Algemeen

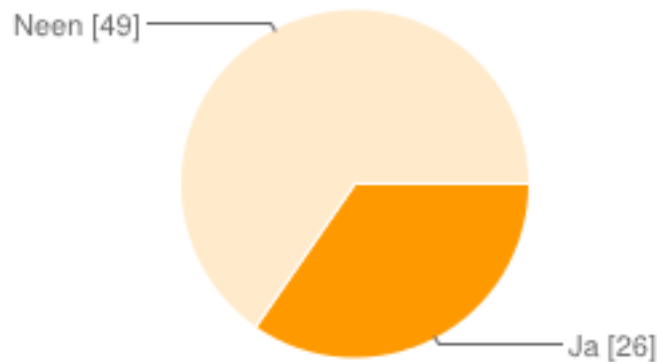
Welke van de onderstaande evenementen ken je?



Ciné Privé	37	17%
Dansen in 't park	32	15%
WAK (Week van de Amateurkunsten)	39	18%
Ciné Kadee	10	5%
Kinderwereldexpo	13	6%
Insectenfestival	11	5%
Erfgoeddag	63	30%
Geen van bovenstaande	7	3%

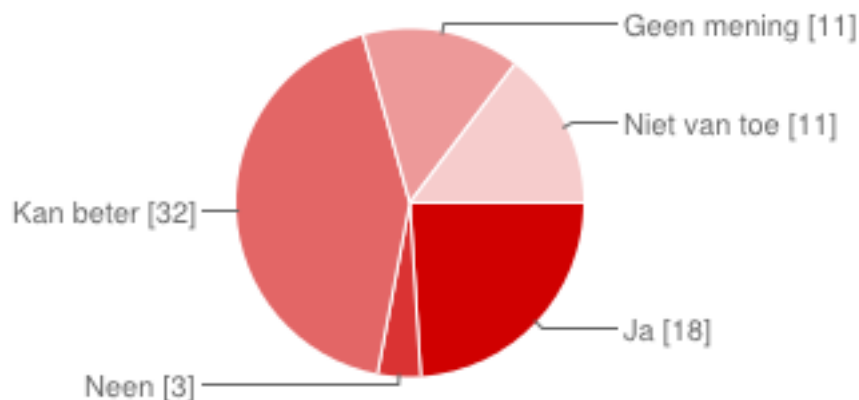
Voornamelijk de evenementen voor volwassenen zijn bekend bij deze kunstenaars. Meer dan de helft van de enquêteurs kent Ciné Privé, Dansen in 't park en de WAK. Opvallend is de bekendheid van Erfgoeddag, bijna alle kunstenaars kennen dit.

Nam je aan één van bovenstaande evenementen al deel in Gent?



Het is opvallend dat er overwegend geen deelname is aan deze evenementen, ondanks de grote bekendheid van bv. Erfgoeddag. Ik wilde dit bevragen omdat indien alle bevroagden al deelgenomen zouden hebben dit weinig representatief is voor de bekendheid. Maar hier blijkt het tegendeel.

Krijg je als kunstenaar veel kansen om je werk te tonen of workshops te geven in Gent?



De helft vindt dat er niet genoeg kansen zijn om zich te tonen, een kwart vindt dit wel en de overigen hebben geen mening of vinden dit niet van toepassing.

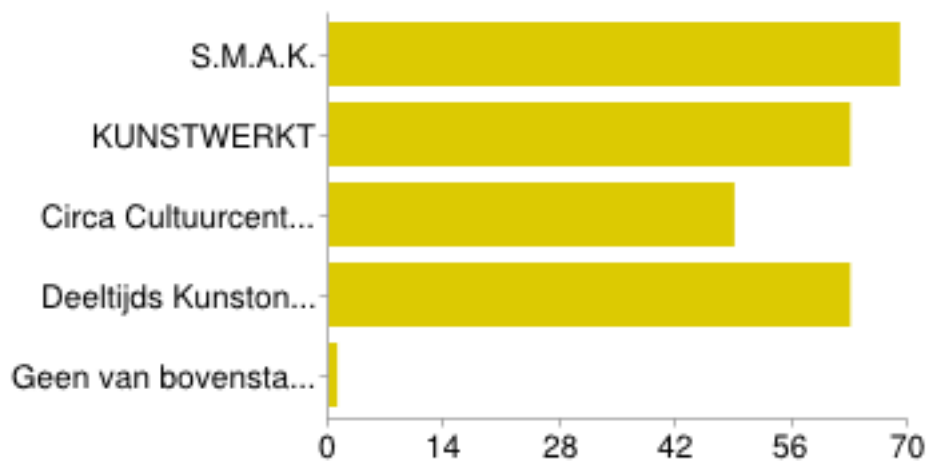
Kan je bovenstaand antwoord even verduidelijken?

Men betreurt het feit dat er veel sprake is van vriendjespolitiek en dat men connecties moet hebben om kansen te krijgen. Het is vaak moeilijk om bij een organisatie binnen te raken als je er geen rechtstreekse contacten hebt. Ook zouden er te weinig platformen zijn voor jonge, hedendaagse kunstenaars en is er een gebrek aan degelijke tentoonstellingsruimtes. Ook zijn er heel wat initiatieven maar voor sommige mensen zijn deze té vrijblijvend en is er een tekort aan grondig uitgewerkte initiatieven. Ook moet je als kunstenaar zelf actief op zoek gaan en je soms opdringen, je wordt zelden door 'het netwerk' zelf gevonden. Ook vinden enkelen dat het niet evident is om geschikte ruimtes te vinden. Ook is er de mening dat er verschillende mogelijkheden zijn voor pas afgestudeerden maar daarna is het moeilijk om de sprong te maken naar de meer gevestigde

galerijen. Ook stelt men vast dat buiten de sector er vaak vanuit gegaan wordt dat kunstenaars graag gratis opdagen, gewoon omdat ze er graag mee bezig zijn, wanneer je er echter tracht van te leven is dit niet realistisch.

Anderen benoemen tal van wedstrijden, tentoonstellingen en oproepen om werk te tonen die via het internet verspreid worden. Ook op professioneel niveau zijn er volgens de bevroagden heel wat mogelijkheden. Er zijn heel wat mogelijkheden maar de wegen ernaar toe zijn niet altijd even duidelijk. Ook zijn er heel wat initiatieven maar voor sommige mensen zijn deze té vrijblijvend en is er een tekort aan grondig uitgewerkte initiatieven. Kunstenaars die bij een galerie aangesloten zijn vinden overwegend dat zij voldoende kansen krijgen. Gent is een grootstad die nog net klein genoeg is om mensen makkelijk te bereiken die je kunnen helpen of kansen bieden als kunstenaar. Er wordt in Gent vooral de aandacht gevestigd op jong, aanstromend talent.

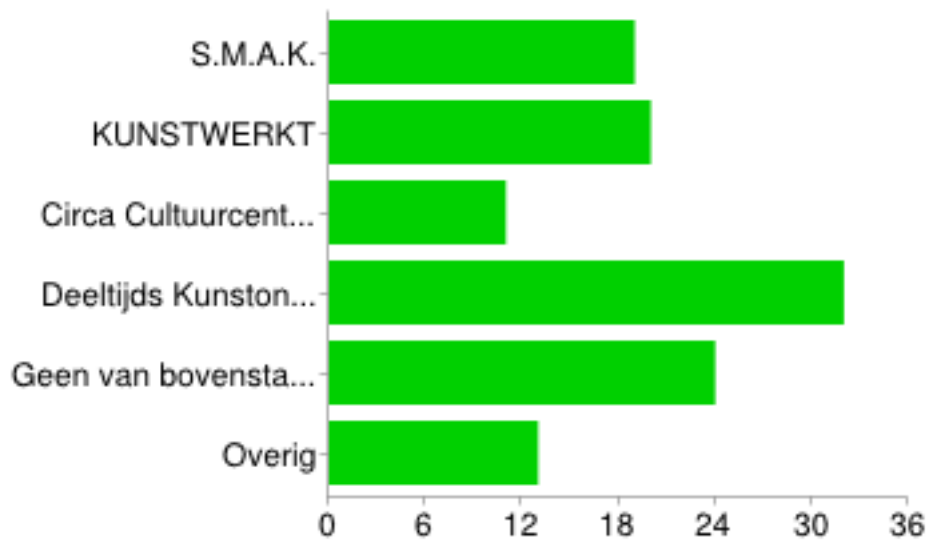
Welke van de onderstaande organisaties ken je?



S.M.A.K.	69	28%
KUNSTWERKT	63	26%
Circa Cultuurcentrum Gent	49	20%
Deeltijds Kunstonderwijs/Academies	63	26%
Geen van bovenstaande	1	0%

Hieruit blijkt grote bekendheid van alle organisaties.

Met welke van de bovenstaande of andere organisaties heb je als kunstenaar al eens samengewerkt?



S.M.A.K.	19	16%
KUNSTWERKT	20	17%
Circa Cultuurcentrum Gent	11	9%
Deeltijds Kunstonderwijs/Academies	32	27%
Geen van bovenstaande	24	20%
Overig	13	11%

Ongeveer 1/3 heeft al met minstens één van de organisaties samengewerkt, Circa heeft zoals in alle voorgaande resultaten de laagste cijfers. Bij de niet-deelnemers zijn er dus al heel wat kunstenaars die hebben samengewerkt met organisaties die nauw betrokken waren bij 'The Big Draw'.

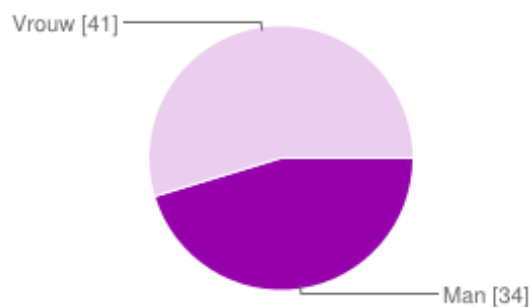
Met welke Genste organisatie zou je graag eens willen samenwerken en waarom?

Hier kwam SMAK als grote winnaar naar boven! Dit omdat men als kunstenaar dan serieus genomen wordt, ook omwille van de naambekendheid, de mooie ruimtes die zij hebben om tentoon te stellen, publiciteit, internationale reputatie,...

Ook NTGent werd door enkele kunstenaars benoemd vanwege dezelfde redenen zoals naambekendheid, reputatie,...

Enkelingen willen samenwerken met Victoria Deluxe, Circa, KIOSK, DOK, het Museum voor Schone Kunsten.

Ben je man of vrouw?



Een evenwichtig publiek mannen en vrouwen met lichte meerderheid vrouwen.

Wat is je leeftijd?

De jongste bevroagde was 21, er waren enkele twintigers maar opvallend was de grote meerderheid tussen 35 en 62. De oudste bevroagde is 66 jaar.

Wat is je postcode?

Grote meerderheid uit het Gentse of buurtgemeenten.

4.3.7. De interviews

Oorspronkelijk was het de bedoeling om enkel KUNSTWERKT, Circa, S.M.A.K en Fameus te bevroagen omwille van de twee good practices 'The Big Draw' en 'Liefhebber Kunstenfestival' die ik beschrijf. Uit deze gesprekken bleek dat er toch nog een aantal mensen waren die ik zeker moest spreken in het kader van deze Bachelorproef. Zo nam ik contact op met SKETCH, een organisatie die nauw betrokken was bij de realisatie van 'The Big Draw' en anderzijds als tekenartiest zelf veel ervaring heeft met deelname aan projecten of samenwerking met organisaties. Ook had ik een gesprek met de communicatieverantwoordelijke die bij het STAM werkt en heel veel ervaring heeft in het samenwerken met kunstenaars en organisaties (in het kader van erfgoeddag en museumnacht) en weet hoe te motiveren.

In bijlage 3 op p.77 kan u de vragen terugvinden die ik vooraf had opgesteld. Deze vragen zijn allemaal aan bod gekomen tijdens het interview maar werden soms aangevuld met vragen die spontaan oprezen tijdens het gesprek. Ook het 'informed consent' formulier dat ik door alle geïnterviewden liet invullen vindt u in bijlage 4 op p.79.

Bij KUNSTWERKT had ik een gesprek met de coördinator van de organisatie. Hieruit verkreeg ik heel veel praktische info over de opstart en aanpak van het tekenfestival maar ook hoe zij alles als initiatiefnemende organisatie hebben aangepakt en ervaren.

4.3.8. Analyse van de antwoorden

Ik heb ervoor gekozen om de interviews te verwerken in één tekst omdat bij vele organisaties dezelfde vragen terugkwamen en de antwoorden ook in dezelfde lijn lagen. Het leek mij ook interessanter om dit samen te voegen om op die manier de informatie per antwoord te kunnen

vergelijken. Ik vind het niet relevant om steeds te benoemen vanuit welke organisatie dit antwoord kwam, bij bepaalde zaken is dit echter wel noodzakelijk ter verduidelijking of om te begrijpen vanuit welke insteek dit bedoeld wordt.

Bij de vraag of **'The Big Draw' een succes was** werd er unaniem ja geantwoord door alle organisaties! Dit zowel door organisaties die deelden in de verwezenlijking als organisaties die er weinig tot niets mee te maken hadden. Hiervoor werden verschillende factoren als oorzaak gezien:

Laagdrempeligheid van het project: Het was gericht op iedereen, want iedereen kan tekenen en zo is het ook doorheen de hele campagne gecommuniceerd. Zo werd een heel breed publiek aangesproken om deel te nemen als kunstenaar. Zowel jong, oud, professional, amateurkunstenaar,... Er was de mogelijkheid om opgenomen te worden in een overkoepelend festival en dit waren zowel mensen die vaak acties opzetten of hun werk tonen als voor anderen die nooit met hun werk naar buiten komen! Ook organisaties die gepassioneerd met tekenen bezig zijn hebben zich ingeschreven en hun achterban betrokken.

Verschillende geïnterviewden gaven aan dat het een bewuste keuze is om een open oproep tot deelname te verspreiden en iedereen de kans te geven een activiteit te organiseren. Men vond het goed dat dit in de volledige lijn doorgetrokken is. Er is geen enkele activiteit geweigerd. Dit was een gok van KUNSTWERKT als initiatiefnemende organisatie en niet elke activiteit is even kwaliteitsvol.

Internationaal karakter: 'The Big Draw' is al georganiseerd in verschillende hippe steden (Londen, Berlijn,...), wat een invloed had volgens enkele bevroegde organisaties. De hippe uitstraling en de ervaring en kennis van de voorgaande buitenlandse edities die men kon benutten waren een groot voordeel! Daarnaast waren het succesvolle concept en de voorbeelden van edities in het buitenland cruciaal om andere organisaties te overtuigen om deel te nemen of mee op de kar te springen.

De eenvoud: iedereen kan tekenen, tekenen op ramen, met papier en potlood, krijt en zoveel meer. Iedereen kan een potlood of iets anders in de hand nemen en iets tekenen op ramen, straat,... Zowel de materialen en locaties waren zeer toegankelijk. Dit zorgde ervoor dat heel veel en verschillende soorten mensen konden deelnemen.

Grote betrokkenheid: opnieuw worden hier de verschillende groepen uit de bevolking benoemd zoals jongeren, bejaarden, professionals,... Er was betrokkenheid van alle leeftijd- en bevolkingsgroepen want tekenen is universeel. Dit tekenfestival zorgde er ook voor dat iedereen aan de slag ging, zowel kunstenaars als publiek of zelfs toevallige passanten. Het leefde in de stad. Door de enthousiaste reacties tijdens het festival werden anderen ook geënthousiasmeerd. Ook positief vond men het betrekken van zowel grote als kleinere organisaties, bekende cultuurhuizen en ongekende, de grote musea en kleinere galeries. Het is goed dat kleinere organisaties de kans krijgen om zich te tonen en naambekendheid te winnen. Anderzijds zorgen de aanwezigheid van grotere huizen voor media-aandacht, een soort vertrouwen bij het publiek, naambekendheid voor het festival. De 9 musea kwamen als groep naar buiten met dit project zij nodigden in elk museum een kunstenaar uit die bij het verhaal van het huis past en ook de actie "Geef je kop af in het museum" was door hen allen gedragen. Tot slot waren de ruim 5000 bezoekers en 120 activiteiten ook een teken dat er veel mensen als bezoeker betrokken waren.

Passie en goesting: dit is volgens verschillende bevrageden een absolute basisvoorwaarde om een project te laten evolueren tot een groot succes! Als organisator moet je met jouw enthousiasme anderen kunnen overtuigen, zowel individuen als grotere organisaties, om mee op de kar te springen en met hetzelfde enthousiasme en dezelfde overtuiging zich achter het project willen plaatsen. Daarnaast moet je als initiatiefnemer van in het begin een duidelijk beeld en concept scheppen waar je naartoe wil. Het is belangrijk helderheid te scheppen van in het begin zowel naar deelnemende organisaties als naar bezoekers, om discussies of teleurstellingen achteraf te vermijden. Wat verschillende van de bevrageden ook als een belangrijke factor zien was dat je enerzijds de open oproep tot het opzetten van een activiteit had maar dat KUNSTWERKT daarnaast ook zelf activiteiten op poten zette. Zoals bijvoorbeeld 'The Big Window Walk' en een Tattoo project dat voor het festival plaatsvond en waarvan de resultaten tijdens het festival werden uitgedeeld,... Hiervoor zochten zij partners om mee samen te werken maar op die manier gaven zij ook input en waren er al concrete activiteiten waaraan meegewerkt kon worden. Dit werkte drempelverlagend voor sommige mensen en bood meer kansen tot deelnemen zonder zelf een volledige activiteit te moeten bedenken of uit te werken.

Vrijheid: Enerzijds kregen de kunstenaars of organisaties de vrijheid om een eigen activiteit op te zetten op een zelf gekozen locatie, zijn eigen ding te doen en dit te kaderen in een overkoepelend festival. Anderzijds was er een groot aanbod en kon de bezoeker zijn eigen route samenstellen, kiezen om zaken te bezichtigen of zelf deel te nemen aan workshops of om te experimenteren met technieken. Opnieuw werd dit als logisch bevonden; aangezien men vertrok vanuit een open oproep tot deelname. Aangezien er geen financiële vergoeding voorzien kon worden voor de kunstenaars, konden er ook moeilijk inhoudelijke eisen gesteld worden. Maar dit was ook niet het opzet bij dit project.

Vormgeving: Twee van de bevrageden vonden de vormgeving van de communicatie en het promotiemateriaal zeer mooi en professioneel. Dit geeft ook al een bepaalde indruk en een overtuigende kracht met zich mee kan brengen om deel te nemen.

Eén bevragede kon wel begrijpen dat het voor bepaalde artiesten of bezoekers een minder succesvolle ervaring kon geweest zijn. Door de keuze voor een oproep en de grote vrijheid die men kreeg waren niet alle activiteiten even kwalitatief of konden niet alle activiteiten rekenen op evenveel bezoekers of aandacht. Hierdoor werden de verwachtingen misschien niet altijd ingelost. Dit brengt ons meteen bij een volgende vraag die ik stelde tijdens de interviews: **Wat vond men nu juist van die open wijze van oproep?**

Alle bevrageden waren het er over eens dat wanneer men als uitgangspunt neemt 'IEDEREEN KAN TEKENEN!' men deze gedachte ook doortrekt in de volledige manier van werken, zoniet zou men zichzelf tegenspreken. Zoals hierboven reeds beschreven, werd dit uitgangspunt dan ook consequent aangehouden door bijvoorbeeld niemand te weigeren, de kunstenaars volledig hun eigen ding te laten doen,...

Bovendien kon KUNSTWERKT dit toch ergens sturen door bepaalde organisaties of cultuurhuizen uit te nodigen waarvan zij zelf weten welk soort projecten of werken zij eerder hebben gedaan. Zij legden dus vertrouwen in de deelnemende organisaties wat de keuze van activiteiten of kunstenaars betrof die doorgingen in hun ruimtes.

Doordat KUNSTWERKT zeer vroeg verschillende organisaties heeft opgeroepen om de oproep tot deelname te verspreiden speelden zij in op de band die de organisaties hebben met hun publiek. Via een organisatie waar mensen al een bepaalde band mee hebben is het veel eenvoudiger hen te bereiken dan dat men bijvoorbeeld een e-mail van een voor hen onbekende organisatie ontvangt. Alle organisaties uit Gent die ik bevroeg verspreiden zelf ook de oproep via hun website, nieuwsbrief, sociale media, magazines, om zo hun eigen contacten of achterban op te roepen deel te nemen.

Ook bevroeg ik **welke concrete taken de verschillende organisaties voor, tijdens en na het festival hadden**. Hierbij beschrijf ik eerst de stuurgroep bestaande uit KUNSTWERKT, S.M.A.K en Circa. Vervolgens bespreek ik dit concreet voor SKETCH aangezien zij een specifieke taak hadden binnen het festival.

Voor KUNSTWERKT was het in het begin vooral belangrijk op een duidelijke manier het idee en doel van het festival voor te stellen en partners te overtuigen om mee in het verhaal te stappen. Zo werd de stuurgroep met de bovengenoemde drie organisaties gevormd. Hun voornaamste taak vooraf was het mee communiceren en verspreiden van de oproep tot deelname en dit elk via de eigen website, nieuwsbrief, sociale media, magazines, organisaties die men kent of waar men al mee heeft samengewerkt actief en persoonlijk aangesproken,... Dit laatste wordt als zeer belangrijk beschouwd omdat persoonlijk vragen een grote overtuigingskracht heeft! Ook hebben zij het inspiratiemoment dat doorging in het S.M.A.K en de persconferentie in het NTGent mee ondersteund. Dezelfde promotionele en communicatieve verspreiding gebeurde door de organisaties voor het festival zelf. Tijdens het festival bood S.M.A.K zijn ruimtes aan en een aanbod aan diverse activiteiten doorheen het weekend, daarnaast waren zij één van de onthaalpunten. Circa bood dan weer eerder technische en productionele ondersteuning en leverde enkele vrijwilligers aan tijdens het festival. KUNSTWERKT was binnen die stuurgroep de regisseur van het grote geheel en verzorgde de inschrijvingen en de coördinatie van het totale festival.

Achteraf is er met allen nog een evaluatie gehouden. De vraag is gekomen of S.M.A.K of Circa de editie van 2014 in Gent willen coördineren. Maar wegens eigen projecten en de suggestie om 'The Big Draw' in verschillende steden te laten doorgaan is dit mandaat door geen van beiden opgenomen. Wat wel wordt benoemd is de niet-tastbare ervaringen, kennis, contacten, samenwerkingen die dankzij 'The Big Draw' ontstaan zijn en die achteraf bewaard blijven.

The 'Big Window Walk' verdient volgens mij hier een aparte vermelding. Deze activiteit werd apart gecoördineerd door één vrouw die de persoon achter de organisatie SKETCH is. Dit is een tekeninitiatief oorspronkelijk uit Antwerpen. Deze vrouw, met een grote passie voor tekenen, heeft de organisatie ook in Gent op poten gezet onder dezelfde noemer. Zij hebben een regelmatige werking waarbij verschillende activiteiten doorgaan, soms nemen zij deel aan evenementen. Op het inspiratiemoment zag de dame van SKETCH bij de voorbeelden uit het buitenland enkele werken met ramen en zag hier mogelijkheden in voor SKETCH om deel te nemen. Zij bood zich aan bij KUNSTWERKT en werkte 'The Big Window Walk' uit in opdracht van KUNSTWERKT en deels ook samen met hen. Voor het verzamelen van de kunstenaars sprak zij haar eigen netwerk en dat van SKETCH aan via sociale media en mail. Dit was een vrij vlotte zoektocht want al snel waren er 100 personen bereid deel te nemen. Volgens haar heeft dit grotendeels te maken met het feit dat zij al een band met die mensen heeft opgebouwd, hen persoonlijk kent. Sommigen hebben al eerder werk

van SKETCH gezien waardoor ze weten wat ongeveer te kunnen verwachten. Zij vroeg de kunstenaars om een voorbeeld van hun werk door te sturen. Ze heeft enkele tekenaars geweigerd omdat hun idee of werk te grof, te ruw was en zij dit als organisatie niet wilde vertegenwoordigen tijdens 'The Big Draw'.

Wat de locaties voor de raamtekeningen betrof: ging zij persoonlijk de route af en belde aan bij de huizen en handelszaken. Er was expliciet vanuit KUNSTWERKT gevraagd deze mix van privé woningen en handelspanden te maken! Zij had een flyer opgemaakt waarin beschreven werd wat de bedoeling en de verwachtingen waren en gaf mondelinge verduidelijking. Deze flyer kan u vinden in bijlage 5 op pagina 80. Deze zoektocht verliep iets minder vlot omdat zij mensen die op deze route wonen niet kent. Door blijvend te herhalen en nogmaals persoonlijk rond te gaan zijn waren er uiteindelijk 85 locaties bereid deel te nemen.

Aangezien er geen budget voorzien was, is zij voor het festival ook op zoek gegaan naar sponsoring voor de stiften, wat vlot gelukt is. SKETCH plaatste de kunstenaars (voornamelijk willekeurig) op de verschillende locaties. Verdere afspraken zoals wanneer er getekend kon worden, op welke ramen, welk thema,... moesten onderling tussen kunstenaar en locatie besproken worden. Tijdens het tekenen en het festival zelf ging SKETCH rond om te kijken of alles in orde en naar wens was en maakte ze reclame voor de kunstenaars en de activiteit via de sociale media. Er was ook op voorhand duidelijk gemaakt door SKETCH dat de locaties achteraf een bedanking zouden voorzien voor de kunstenaars.

Ik wilde ook weten of de organisaties zelf ervaring hebben met het samenwerken met kunstenaars en/of organisaties en of men al problemen heeft ondervonden bij deze zoektocht. Eigenlijk werken alle organisaties werken bij het uitvoeren van hun projecten vaak samen met kunstenaars of organisaties. Om maar enkele voorbeelden te geven: samenwerken met kunstenaars en hun werken is de core business van het S.M.A.K, het STAM krijgt vaak voorstellen binnen van kunstenaars of organisaties die iets willen doen in het STAM of tijdens de museumnacht of in het kader van erfgoeddag.

Geen enkele van de bevroegde organisaties vermeldt hierbij grote problemen. Uiteraard afhankelijk van het thema gaat dit de ene keer al vlotter dan de andere, maar nog nooit is er een project afgelast. Behalve uiteraard de ervaring die Circa nu had bij de Week van de Amateurkunsten in Gent, wat de aanleiding tot het schrijven van deze bachelorproef is.

De organisaties zouden bereid zijn om **deel te nemen aan een nieuwe editie van 'The Big Draw'** maar zouden het volgende **anders aanpakken**:

Het S.M.A.K hecht er belang aan om meer inhoudelijke artistieke back-up te krijgen. Er mochten meer tips, kennis vanuit het artistiek team komen over hoe te werken of welke zaken of organisaties ook een meerwaarde zouden zijn, om zo bestaande ervaring te benutten. Bovendien opteren zij om één fulltime coördinator verantwoordelijk te stellen voor 'The Big Draw' want nu waren dit twee personen die er halftijds mee bezig waren, dit kan voor verwarring zorgen. Ook bij de stuurgroep vindt men dat de verantwoordelijkheden, verwachtingen en verplichtingen helder moeten gemaakt worden en desnoods op papier neergeschreven. Wanneer men beslist zich te engageren moet men zich ook ten volle willen inzetten en nagaan of men daar tijd en middelen voor heeft: die afweging moet men als organisatie op voorhand maken. Circa had graag bij een eventuele volgende editie nog enkele inhoudelijke voorstellen gedaan en het programma aangevuld met eigen activiteiten. Zij

zouden hiervoor vernieuwende concepten kunnen aanbrengen maar zouden hiervan een gezamenlijke activiteit willen maken zodat dit door verschillende personen of organisaties kan uitgewerkt worden.

De persoon uit het SMA.K haalde aan dat de communicatie van het programma op de website bij een volgende editie veel duidelijker kan. Dit door niet te werken met de verschillende subcategorieën want daarrond was nu wat verwarring. Ook zouden zij sommige activiteiten zichtbaarder gemaakt hebben omdat het jammer is voor die mensen dat zij overschaduw worden door activiteiten in bijvoorbeeld de grotere, bekendere huizen.

Vanuit SKETCH hoorde ik vooral praktische aanpassingen zoals de oproep tot deelname bij locaties verliep in de zomermaanden, waarin veel handelszaken gesloten zijn, dit zou ze dus vroeger laten doorgaan. Ook vindt ze het belangrijk dat de namen van de kunstenaars vermeld worden in het programmaboekje. De 'Big Drawkrant' was helaas reeds gedrukt voor alle deelnemende kunstenaars gekend waren. Daarnaast denkt ze erover na om een kleine bijdrage te vragen om zich in te schrijven. Bijvoorbeeld €5 om deel te nemen is echt een heel klein bedrag maar dit opent wel grote mogelijkheden opent voor de organisatorische aanpak en de werking. In ruil krijgen de kunstenaars het gesponsorde materiaal, een kans om hun werk aan publiek te tonen, een bedanking van de locatie achteraf. Daarnaast zou SKETCH meer tussentijdse communicatie willen verspreiden naar diegenen die zich reeds inschreven. Want sommige kunstenaars vielen uit de lucht 'Ah doe ik daar aan mee?' omdat zij zich in het voorjaar hadden opgegeven en het festival maar in het najaar plaatsvond.

Tenslotte vroeg ik aan elke organisatie of zij tips **hadden die belangrijk waren bij de zoektocht naar deelnemende kunstenaars of organisaties** en daarnaast ook tips voor de **WAK in Gent**. Hieruit kwamen volgende inspirerende ideeën:

Duidelijkheid

Het is van cruciaal belang om van bij de oproep de verwachtingen en vooruitzichten wederzijds duidelijk te maken. Zo kunnen deelnemende kunstenaars zelf realistische verwachtingen hebben over de uitvoering en weet de organisatie waarop ze kunnen rekenen.

Bij grote evenementen zoals 'The Big Draw' is het belangrijk mensen te motiveren om 100% voor hun eigen activiteit te gaan en duidelijk te maken dat deelname aan een groots evenement niet garant staat voor publiekszekerheid. Ook als organiserende instantie of lid van de stuurgroep is het belangrijk jouw mogelijkheden of beperkingen helder te stellen. Zoals er bij 'The Big Draw' meteen duidelijk werd gesteld dat er geen budget beschikbaar was en de verantwoordelijkheden van de leden van de stuurgroep beter op voorhand vastgelegd moesten zijn.

Verbinden

Vaak zijn mensen wel geëngageerd en geïnteresseerd om samen grotere projecten op te zetten, omdat het voor een individu of één organisatie alleen niet eenvoudig is om dit productioneel uit te werken en zo een grootschalige communicatie te voeren. Bovendien wanneer er verschillende partners en hieronder enkele grotere, gekende namen betrokken worden, kan men vaak rekenen op meer (pers)aandacht. Grotere partners, met naambekendheid iets groter zijn, bezitten vaak een uitgebreider netwerk. Die bekendheid staat bij vele mensen garant voor een zekerheid rond kwaliteit, hoewel naambekendheid volgens mij niet altijd een garantie is voor kwaliteitsvolle

activiteiten. Maar door eerdere positieve ervaringen met de organisatie krijgen de mensen een soort vertrouwen in de projecten van die organisatie. Tevens is het voor bepaalde kunstenaars of organisaties belangrijk om zich te kunnen koppelen aan een grotere naam, dit wordt gezien als een kans tot meer naambekendheid.

Door samen te werken, kunnen de krachten gebundeld worden en kan er samen genoten worden van communicatie op grote schaal. Hieruit kunnen netwerken of samenwerkingen voor de toekomst ontstaan die van grote waarde zijn.

Naambekendheid

Er wordt vanuit Circa zelf aangegeven dat er nog een groot circuit is van artiesten of organisaties die Circa niet kennen of niet tot bij Circa geraken. Het wordt door andere organisaties bevestigd dat Circa als organisatie weinig bekend is in het Gentse cultuurlandschap, hun projecten echter wel. Het kan om een bewuste keuze gaan van Circa maar het lijkt toch belangrijk dat kunstenaars de organisatie en waar deze voor staat alvorens te willen deelnemen aan een project. Zoals hierboven beschreven verbinden kunstenaars zich graag aan bekende namen, indien Circa bekender zou zijn, kunnen zij ook één van die grotere namen worden waaraan men zich wil verbinden?

Velen kaarten ook de benaming “Week van de Amateurkunsten”aan. Hoewel men volop bezig is om duidelijk te maken waarvoor de benaming staat, blijft er voor velen een negatieve connotatie rond “amateur” hangen. Misschien voelen mensen zich niet altijd geroepen om zichzelf onder deze noemer te plaatsen. Zo is er in Antwerpen gekozen voor de benaming ‘Liefhebber’. Misschien staan kunstenaars in het Gentse ook niet zo positief tegenover deze benaming en kan dit deelname aan de WAK belemmeren?

Een tip die werd gegeven om meer naambekendheid te creëren is door vanuit Circa een meer permanente werking op te zetten. Zodat mensen op veel regelmatigere basis betrokken worden en weten wat er reilt en zeilt in de organisatie. Vandaag werken zij zeer projectmatig, er ligt soms veel tijd tussen de verschillende projecten. Mensen horen soms maanden niets meer waardoor het gevoel van betrokkenheid daalt. Dit kan opnieuw verhoogd worden door mensen te betrekken bij kleinere activiteiten op regelmatige basis. Bij grotere projecten kan men dan uit dat betrokken netwerk mensen zoeken om deel te nemen en door de band die zij hebben met de organisatie zal dit vlotter gaan.

Verschillende domeinen, tijd en ruimte

Verschillende bevrageden beschreven ook het feit dat Circa als cultuurcentrum heel wat verschillende projecten moet programmeren en hierbinnen nog rekening moet houden met het ruime gamma aan kunstdomeinen. Dit was heel duidelijk afgebakend binnen ‘The Big Draw’ het ging om tekenen en het was het grote project van het jaar voor KUNSTWERKT. Zij hebben zich hier voor de volle 100% voor kunnen inzetten, hoewel van Circa als cultuurcentrum van de Stad Gent nog heel wat andere zaken worden verwacht. Denk bijvoorbeeld aan het ondersteunen van projecten van andere organisaties, een eigen programma bieden, gespreid over het jaar, organiseren van de trefdag voor de Gentse cultuursector,...

Hierbij is het dan de vraag of een cultuurcentrum van een stad genoeg mogelijkheden en ruimte heeft om de nadruk te leggen op amateurkunsten tijdens de WAK? Is er nog tijd tussen de andere projecten om de schouders onder de WAK in Gent te plaatsen? Bij Fameus bijvoorbeeld is het takenpakket duidelijk afgelijnd, zij zijn het steunpunt en de organisatie voor amateurkunsten in de

stad die doorheen het jaar verschillende projecten ondersteunt of opzet maar met als grote hoogtepunt het Liefhebber Kunstenfestival.

Overtuigen

Zoals hierboven beschreven is het belangrijk zich te koppelen aan andere partners. Hierbij is het belangrijk om met eigen volle overtuiging en enthousiasme achter het project te staan. Dit enthousiasme kan men dan makkelijk overdragen op anderen en hen op die manier betrekken. Zo kan men binnen andere organisaties of academies en scholen één enthousiaste persoon verantwoordelijk stellen die dat netwerk aanspreekt en stuurt bij het verdere verloop. Zo zet men als initiatiefnemende organisatie op verschillende plekken een soort pionnen uit om zo tot een groots project te komen.

4.4. Besluit

In dit praktijkdeel tracht ik twee projecten voor te stellen die als goed voorbeeld kunnen gezien worden wat betreft de samenwerking met kunstenaars, organisaties en de brede organisatorische opzet: 'The Big Draw' in Gent en het Liefhebber Kunstenfestival te Antwerpen.

Dit vul ik aan met mijn eigen onderzoek waarbij ik een overzicht bied van de resultaten die ik kan afleiden uit mijn enquêtes. Deze werden afgenomen bij kunstenaars die deelnamen aan 'The Big Draw' en ook kunstenaars die er niet aan deelnamen. Ook bevroeg ik de drie organisaties uit de stuurgroep van 'The Big Draw' en enkele andere organisaties die veel ervaring hebben met het samenwerken of engageren van kunstenaars en artistieke organisaties.

5. Conclusies

In dit laatste deel zet ik graag voor u alle zaken nog even op een rijtje.

Ik benoem de belangrijkste factoren die uit mijn onderzoek naar voor zijn gekomen die deelname beïnvloeden. En tot slot biedt ik nog een overzicht met de belangrijkste tips of aanbevelingen voor toekomstige projecten voor Circa met een extra verwijzing naar de Week van de Amateurkunsten.

5.1. Factoren die kunstenaars of artistieke organisaties stimuleren tot deelname aan een project

Wat leert het succes van 'The Big Draw' ons nu? Wat waren de redenen voor de grote deelname van kunstenaars aan dit project?

Laagdrempeligheid van het project

De laagdrempeligheid van een project beïnvloedt de deelname van kunstenaars. Laagdrempeligheid dient men breed en vanuit verschillende hoeken te benaderen. Zo blijkt het aangewezen om een eenvoudige en duidelijke inschrijfmodule te voorzien. Ook duidelijke communicatie omtrent de verwachtingen van de deelnemers kan participatie bevorderen of belemmeren.

Ook de verbondenheid door deelname aan een groter geheel, samen met andere kunstenaars, en de opname in de communicatiemachine van een groter project kan kunstenaars overtuigen om te deel te nemen.

Bekendheid

Bekende namen en cultuurhuizen blijken een troef voor participatie. Grote namen lokken zowel mensen als media. Grotere cultuurhuizen hebben een eigen publiek, eigen perscontacten en een grotere uitstraling en overtuigingskracht dan kleinere, onbekende initiatieven. Die laatste moeten het vertrouwen van het publiek nog winnen. En dat is niet altijd even evident.

Onderwerp

Een afbakening van het onderwerp van het project, bijvoorbeeld de desbetreffende discipline, blijkt ook een voordeel te zijn. De communicatie is duidelijker, minder breed. De verwachtingen van deelnemers zijn meer omlijnd en je kan inspelen op noden die leven onder de kunstenaars (een bepaalde discipline bijvoorbeeld eens extra aandacht geven). Een afbakening kan ervoor zorgen dat kunstenaars kapstokken krijgen, en op zijn beurt er voor zorgen dat kunstenaars eens iets nieuws proberen of aan het experimenteren gaan.

Verspreiding

Sociale media blijkt een belangrijk kanaal te zijn om informatie te verspreiden, dit op de voet gevolgd door persoonlijk contact met vrienden, collega's of kennissen. Herhaling, blijvend contact en aanmoediging zijn in de communicatie rond een project onontbeerlijk. Ook vormgeving (campagnebeeld, affiche,...) blijkt hier een niet te verwaarlozen factor. Valt het op? Spreekt het aan? Zo ja, dan leest men verder. Ook bij de verspreiding van je boodschap blijkt dat beroep doen op organisaties met een bestaand netwerk een voordeel is.

Overkoepelende organisatie

De synergie die met grotere projecten gepaard gaat spreekt individuele kunstenaars aan om deel te nemen. Zij kunnen immers alleen niet verwezenlijken wat er ontstaat door de krachten van verschillende spelers te bundelen. Ook de kennismaking met andere kunstenaars en eventuele kansen om in de toekomst samen te werken kunnen redenen zijn om te participeren. Het feit dat de organisatorische, promotionele en productionele verantwoordelijkheid bij een overkoepelende organisatie ligt is voor individuele kunstenaars een geruststelling en werklastvermindering.

5.2. Factoren die belemmerend kunnen werken op de deelname

Kwaliteit

Grootsheid kan aantrekken (zie hoger), maar ook afstoten.

Voor sommige kunstenaars is er een omgekeerd evenredig verband tussen de grootsheid van een festival en de kwaliteit van de werken of activiteiten. Deze kunstenaars vinden dat hun werk hier niet thuishoort en besluiten niet deel te nemen. Ook kan grootsheid voor sommigen overkomen als organisatorisch onoverzichtelijk en dus afschrikken.

Tijd en ruimte

Vele kunstenaars zitten blijkbaar niet graag stil, ze hebben soms eigen projecten lopen en veel amateurkunstenaars hebben naast hun kunst ook nog een job. Hun deelname aan een project of festival is dus afhankelijk van de timing van het evenement en of deze strookt met hun eigen tijdsverdeling. Ook de afstand van de woonplaats tot de plek van het evenement kan een doorslaggevende factor zijn met betrekking tot deelname.

Kostprijs

Een mateloze ergernis tegenover mensen die ervan uitgaan dat kunstenaar zonder probleem gratis te werk gaan! "Je bent daar toch graag mee bezig?". Er zijn kunstenaars die hun creatieve leven combineren met een andere job maar dit geldt lang niet voor iedereen. Ook al is men er graag mee bezig, men moet er soms ook van kunnen leven. Daarnaast is het materiaal waarmee gewerkt wordt ook een meerkost en er kan niet altijd op sponsoring gerekend worden.

5.3. Tips en aanbevelingen

Profileer je als professionele organisatie

Wanneer men als organisatie een organisatorisch overkoepelend orgaan kan vormen die de productionele, communicatieve, organisatorische verplichtingen op zich kan nemen is dit een verademing voor de kunstenaars zelf. Vaak zijn individuele of kleinere organisaties hier ook niet toe in staat dus kunnen zij hierbij ook zeker ondersteuning gebruiken.

Werk samen

Een succesformule is het samenwerken van verschillende organisaties. Samenwerking is mogelijk op tal van vlakken: communicatie, organisatie, productie,... Doe beroep op troeven van anderen en probeer het niet allemaal zelf te doen. Denk bij samenwerking niet alleen aan artistieke organisaties.

Andere sectoren en domeinen kunnen heel verrijkend zijn. Er kan samenwerking ontstaan tussen op het eerste zicht onverwachte partijen. Bijvoorbeeld een kunstenaar en een hockeyclub, bejaardentehuis, jeugdhuis,... Het voordeel is dat men de krachten kan bundelen en men meer kan verwezenlijken dan wanneer men alleen is. Bovendien bereiken kunstenaars of organisaties vaak vooral hun eigen achterban waardoor samenwerken het publiek kan vergroten en een mix worden van verschillende achterbannen

Enthousiasme is aanstekelijk

Het is belangrijk om als organisatie met veel enthousiasme en geloof in het welslagen achter het project te staan en dit enthousiasme ook over te dragen op eventuele partners. Zij kunnen het project uitbreiden, hun netwerk betrekken, mee dragen en helpen verspreiden! Dit kan voor initiatiefnemer de draagkracht vermeerderen, nieuwe inzichten bieden en de werklast verminderen. Het samenwerken met grotere, bekendere partners heeft bovendien een invloed zowel op de deelname van kunstenaars en organisaties als op het publiek. Ook de pers is dan vaak sneller geïnteresseerd.

Daarnaast is het ook belangrijk om als organisatie zelf aan naambekendheid te winnen of de wegen om jouw organisatie te bereiken duidelijk te stellen. Het vertrouwen in de organisatie zal groeien wat een eventuele kans op samenwerking of deelname aan een project vergroot! Dit kan door bijvoorbeeld een meer permanente werking in te lassen zodat men op regelmatigere basis de organisatie leert kennen.

Enthousiasme is niet alleen broodnodig naar mogelijke partners toe, ook om deelnemers te vinden moet je een aanstekelijke, enthousiaste en overtuigende communicatie voeren. Van bij de oproep moet er duidelijk gecommuniceerd worden over de verwachtingen, verplichtingen het doel of er een vergoeding voorzien wordt en bij wie men terecht kan. Dit werkt drempelverlagend wanneer men weet hoe de vork in de steel zit.

Wees klaar en duidelijk

Van bij de oproep moet er duidelijk gecommuniceerd worden over de verwachtingen, verplichtingen, het doel of er een vergoeding voorzien wordt en bij wie men terecht kan. Duidelijkheid werkt drempelverlagend en zorgt ervoor dat er geen misverstanden ontstaan.

Of wil Circa toch beginnen bouwen aan die grote kunstenwinkel waar Beethoven het over had?

6. Bibliografie

6.1. Literatuur

Bartholomeus, L., Cuisinier, E., Gaublomma, K., Peeters, C., Van Nieuwenhove, K., (2011). *Handboek Lokaal Jeugdbeleid*. Brussel, Politeia.

Bultynck, M., e.a. (2009). *360° Participatie*. Brussel, Demos vzw.

Forum voor Amateurkunsten. (2009). *Amateurkunsten in beeld gebracht*. Gent: Forum voor Amateurkunsten.

Forum voor Amateurkunsten. (2013). *De kunstzinnige vingerafdruk van je gemeente – Inspiratiegids lokaal amateurkunstenbeleid*. Tweede druk Januari 2013. Gent: Forum voor Amateurkunsten.

Lievens, J., Waege, H., De Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker, cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Lievens, J., Waege, H.(2011). *Participatie in Vlaanderen, basisgegevens van de participatiesurvey 2009*. Leuven: Acco Academic

Lievens, J., Waege, H.(2011). *Participatie in Vlaanderen, eerste analyses van de participatiesurvey 2009*. Leuven: Acco Academic

Locus vzw.(2011). *Help! Ik organiseer*. Gent. Brussel: Uitgeverij Politeia.

Saey, P., Van Eeckhaut, M.(2003). *Publieksbegeleiding in de praktijk*. Brussel: CultuurNet Vlaanderen.

Schramma, A., Gillard, E. (2007). *Cultuurcentra in een veranderende samenleving*. Leuven: LannooCampus.

Van der Hoeven, Q., (2012). *Van A (Anciaux) tot Z (Zijnstra), Cultuurbeleid en cultuurparticipatie in Nederland en Vlaanderen.*, Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

6.2. Websites

Afdeling Communicatie Vlaamse overheid (2013), *Communicatie een site over Vlaamse overheidscommunicatie*. [Online]. Brussel: Afdeling communicatie Vlaamse Overheid. <http://communicatie.vlaanderen.be/nlapps/docs/default.asp?fid=66> (geraadpleegd op 2/05/2014)

Agentschap Sociaal-cultureel werk voor jeugd en volwassenen (2014), *Lokaal cultuurbeleid*. [Online]. Brussel: Agentschap SCW voor jeugd en volwassenen. <http://www.sociaalcultureel.be/volwassenen/LCB.aspx> (geraadpleegd op 09.04.2014)

Circa Cultuurcentrum Gent (2014), *Over Circa*. [Online]. Gent: Circa Cultuurcentrum Gent.
<http://circagent.be/> (geraadpleegd op 15.04.2014)

Fameus (2014), *Liefhebber Kunstenfestival*. [Online]. Antwerpen: Fameus.
<http://www.fameus.be/festival/> (geraadpleegd op 14.04.2014)

Forum voor Amateurkunsten (2014), *WAK-Coördinator*. [Online]. Gent: Forum voor Amateurkunsten.
<http://www.wak.be/20> (geraadpleegd op 15.04.2014)

KUNSTWERKT (2014), *The Big Draw : Wat – Programma*. [Online]. Gent: KUNSTWERKT.
<http://www.thebigdraw.be/programma/> (geraadpleegd op 08.04.2014)

KUNSTWERKT (s.d), *Visietekst KUNSTWERKT*. [Online]. Gent: KUNSTWERKT.
http://kunstwerkt.be/files/Missie_Visie1.pdf (geraadpleegd op 07.03.2014).

Locus (s.d), *Nieuw decreet Lokaal Cultuurbeleid van 6 juli 2012*. [Online]. Brussel: Locus.
http://www.locusnet.be/portaal/Locus/Wet_en_Regelgeving/Decreet_lokaal_cultuurbeleid
(geraadpleegd op 04.05.2014)

SMAK (s.d), *Info over SMAK*. [Online]. Gent: SMAK. http://www.smak.be/info_over.php?la=nl
(geraadpleegd op 07.03.2014)

The campaign for drawing (s.d), *About us*. [Online]. Enfield: The campaign for drawing.
<http://www.campaignfordrawing.org/about/thecampaign.aspx> (geraadpleegd op 22.03.2014)

Vereniging Vlaamse Cultuur- en gemeenschapscentra (2009), *Over VVC – Historiek*. [Online]. Brussel: VVC. <http://www.cultuurcentra.be/historiek.html> (geraadpleegd op 09.04.2014)

6.3. Bronnen die niet dienen voor publicatie

Circa Cultuurcentrum Gent (2008), *Beleidsbrief Cultuurcentrum Gent 2008-2013*. Beleidsbrief, Gent: Circa Cultuurcentrum Gent.

Circa Cultuurcentrum Gent (2013). *Projectfiche over Huisvuiltuig*. Projectfiche, Gent: Circa Cultuurcentrum Gent.

De Droogh, L., (2013), *Presentatie SCW & Cultuur*, powerpointpresentatie, Gent: Hogeschool Gent.

KUNSTWERKT. (2013). *Conceptnota The Big Draw*. Conceptnota, Gent: KUNSTWERKT.

KUNSTWERKT. (2013). *Verslag The Big Draw*. Projectfiche, Gent: KUNSTWERKT.

7. Bijlagen

7.1. Bijlage 1: Oproep kunstenaars project WAK 2014

CIRCA zoekt kunstenaars

CIRCA (Cultuurcentrum Gent) organiseert in het kader van de WAK (Week van de Amateurkunsten) een creatief, cultuureducatief traject rond het thema van de WAK: 'De Groote Kunst.

Wil je als kunstenaars al langer je creatief ei kwijt in scholen? Wil je aan de slag met kinderen uit het kleuter – en basisonderwijs? Schrijf je dan in voor het coachingstraject en laat Gentse klassen kennismaken met je kunstpraktijk.

Coachingstraject

Circa biedt je in samenwerking met MUS-e Belgium (Open Platform voor kunstenaars en co-creatie) en de Pedagogische Begeleidingsdienst een coachingstraject aan.

Tijdens twee sessies willen we je inspiratie aanbieden voor je eigen praktijk en feedback geven over de voorstellen die je indient. Hierbij willen we aandacht besteden aan verschillende kunstdisciplines, van beeldende kunst tot zang, fotografie tot dans of schrijven. Het is de bedoeling te werken naar workshops / sessies die een halve dag of een dag in beslag nemen.

'De Groote Kunst' en 'De Groote Oorlog' : thema Week van de Amateurkunsten 2014

Wat betekent kunst in oorlogstijd? En hoe reflecteert oorlog in de kunst? Maar eveneens 'waarin is kunst groots', 'kunst met een grote en een kleine K', letterlijk grote kunst, ...

Oorlog is overrompend. Oorlog slaat wonden en laat diepe indrukken na. Oorlog verandert alles. Zo ook de kunstenaars en de kunst. Kunst kan ook ontwapenend zijn. Kunst is hier een tegenpool voor oorlog; een kritische blik, het geweten van de maatschappij. Kunstenaars stellen vragen, schudden mensen wakker, houden de maatschappij een spiegel voor. Deze vorm van kunst gaat regelrecht in tegen de oorlog in al haar facetten, en dit op verschillende manieren.

Kunst kan ook groot zijn. Groot in afmetingen of groot in getale. Gigantische sculpturen, grote projecties, reusachtige graffiti, massale flashmobs,... het spreekt aan, het imponeert, het trekt de aandacht en het fascineert. Meer inspiratie vind je in het bijhorende inspiratieboekje.

Praktisch

De inspiratie sessies zal doorgaan op ma 24 feb van 13u30 tot 18u en wo 26 feb van 18u-21u. De workshops / sessies in de klas zullen doorgaan in de periode 28 april tot en met 9 mei 2014. Ben je geïnteresseerd? Vul dan bijhorende fiche in met jouw voorstel en stuur het naar klaartje.vdbauwhede@gent.be voor 7 februari 2014.

Het coachingstraject is gratis. Het aantal deelnemers is beperkt.

Voor de workshops / sessies word je gedeeltelijk vergoed door Circa en gedeeltelijk door de deelnemende scholen.

7.2. Bijlage 2: Enquête

Ben je bezig met beeldende kunst in en rond Gent? Dan kan ik jouw mening heel goed gebruiken!

Mijn naam is Astrid De Bruycker en ik studeer Sociaal Cultureel Werk aan de Hogeschool Gent. Om dit diploma te halen loop ik momenteel stage en ben volop bezig met het schrijven van mijn Bachelorproef.

In mijn onderzoek ga ik op zoek naar waarom kunstenaars of organisaties aan een evenement wel/niet deelnemen.

Omdat The Big Draw Gent een festival was waaraan vele kunstenaars en organisaties hebben deelgenomen, gebruik ik dit project graag als praktijkvoorbeeld. Ik zoek mensen die houden van tekenen, schilderen, graag beeldend bezig zijn,...

Heb je deelgenomen of niet? Of ken je The Big Draw niet? Geen probleem, ik hoor graag jouw mening!

Het invullen van de enquête neemt hooguit 5 minuten in beslag en helpt mij een heel eind vooruit!

Via onderstaande link kan je de enquête invullen:

https://docs.google.com/forms/d/1mYgu1q-gpqbBkP5lazH81vPMQcpKj8H21ZlyOAmNjJU/viewform?usp=send_form

Bedankt!

Astrid

Astrid De Bruycker

astrid.debruycker2@gent.be

Enquête Kunstenaars

In het kader van mijn opleiding Sociaal Cultureel Werk schrijf ik in mijn laatste jaar een Bachelorproef. In mijn onderzoek ga ik op zoek naar waarom kunstenaars of organisaties aan een evenement wel/niet deelnemen. De antwoorden op deze vragenlijst zouden mij hierin al voor een groot deel kunnen helpen! Het invullen neemt hooguit 5 minuten in beslag.

Hartelijk bedankt voor je tijd en moeite!

1. Ken je 'The Big Draw'?
 - Ja (naar pagina JE KENT THE BIG DRAW)
 - Neen (naar ALGEMEEN)

PAGINA : JE KENT THE BIG DRAW

2. Nam je deel aan 'The Big Draw'
 - Ja (naar pagina JE NAM DEEL AAN THE BIG DRAW)
 - Neen (naar pagina JE NAM NIET DEEL AAN THE BIG DRAW)

PAGINA: JE NAM DEEL AAN THE BIG DRAW

3. Nam je deel als individueel kunstenaar of vanuit een organisatie?
 - Organisatie
 - Individueel
 - Overig:...
4. Op welke manier hoorde je voor het eerst over The Big Draw?
 - Toen werd uitgenodigd voor het inspiratiemoment in maart
 - Via sociale media
 - Via vrienden/kennissen/collega's
 - Via de pers
 - Via KUNSTWERKT
 - Via Circa
 - Via SMAK
 - Andere: ...
5. Op welk moment besliste je om deel te nemen aan The Big Draw?
 - Ik heb geen seconde getwijfeld toen ik erover hoorde
 - Ik had nog wat meer info nodig om overtuigd te worden en heb me dan ingeschreven
 - Ik ben op het laatste moment overtuigd, doordat ik het project zag groeien
 - Andere: ...
6. Waarom nam je deel aan The Big Draw?
7. Vond je jouw activiteit een succes? Waarom wel of niet ?
8. Was dit de eerste keer dat je een artistiek project op poten zette?
 - Ja
 - Neen
9. Indien je hulp nodig had om je project te realiseren, hoe heb je dat opgelost?
10. Wat vond je van de communicatie met betrekking tot je inschrijving en deelname?
 - Goed
 - Te weinig

- Te veel
- Overig

11. Zou je bij een eventuele volgende editie opnieuw deelnemen?

- Ja
- Neen
- misschien

(hierna gaan ze naar pagina ALGEMEEN)

JE NAM NIET DEEL AAN THE BIG DRAW

12. Ben je een individuele kunstenaar of spreek je vanuit een organisatie?

- Individueel
- Vanuit een organisatie
- Overige

13. Vind je The Big Draw een goed initiatief?

- Ja
- Neen

14. Kan je bovenstaande vraag even verduidelijken? Waarom wel of niet?

15. Waarom nam je niet deel aan the Big Draw? *(meerdere antwoorden mogelijk)

- Ik had wel zin om deel te nemen, maar niet genoeg tijd
- Ik had geen concreet idee voor een activiteit
- ik durfde niet goed, ik heb dit nog nooit gedaan
- het was me niet duidelijk wat van mij verwacht werd
- ik had een goed idee, maar het is me niet gelukt om het uit te werken
- ik was te laat
- ik vond geen geschikte locatie
- ik kreeg te weinig ondersteuning bij het realiseren van mijn activiteit
- andere:...

16. Zou je bij een volgende editie wel meedoen? *

- Ja
- Neen
- misschien

PAGINA: ALGEMEEN

17. Welke van de onderstaande projecten ken je: *

- ciné privé
- Dansen in 't park
- WAK (Week van de Amateurkunsten)
- Ciné kadee

- Kinderwereldexpo
- Insectenfestival
- Erfgoeddag
- Andere:

18. Nam je aan één van de bovenstaande projecten al deel in Gent? *

- Ja
- Neen

19. Krijg je als kunstenaar veel kansen om je werk te tonen of workshops te geven in Gent?

- Ja
- Neen
- Kan beter
- Geen mening
- Niet van toepassing

20. Kan je bovenstaand antwoord even verduidelijken?

21. Welke van de onderstaande organisaties ken je:

- S.M.A.K
- KUNSTWERKT
- Circa Cultuurcentrum Gent
- Deeltijds Kunstonderwijs / academies
- Geen van bovenstaande

22. Met welke van deze bovenstaande of andere organisaties heb je als kunstenaar al eens meegewerkt?

- S.M.A.K
- KUNSTWERKT
- Circa Cultuurcentrum Gent
- Deeltijds Kunstonderwijs / academies
- Geen van bovenstaande
- Andere:...

23. Met welke Gentse organisatie zou je graag eens willen samenwerken en waarom?

24. Ben je man of vrouw?

25. Wat is je leeftijd?

26. Wat is je postcode

7.3. Bijlage 3: Vragen interviews

Interview KUNSTWERKT

Vond je The Big Draw een succes? Waarom wel/niet?

Wat vond je van het aantal ingeschreven activiteiten en kwalitatieve verhouding?

Waarom heeft The Big Draw volgens jullie zijn succes te danken? Hoe komt het dat er zoveel activiteiten werden georganiseerd en zoveel organisaties en kunstenaars deelnamen?

Zijn er nog deelnemers die na inschrijving hebben afgehaakt? Om welke reden?

Ben je tevreden over de manier waarop jullie opriepen tot deelname (open oproep)?

Wat waren jullie voornaamste taken als initiatiefnemende organisatie voor, tijdens en na het festival?

Op welke manier hebben jullie deelnemende kunstenaars of organisaties ondersteund?

Waarvoor werd vooral ondersteuning gevraagd?

Hebben jullie veel ervaring met samenwerking met kunstenaars/organisaties?

Hoe hebben jullie Circa en S.M.A.K kunnen overtuigen?

Zijn er zaken die jullie anders zullen aanpakken bij een volgende editie?

Hebben jullie bij andere projecten al moeilijkheden ervaren rond het zoeken van kunstenaars?

Wat vind je uniek aan een concept als dat van The Big Draw (in vergelijking met andere projecten en evenementen die jullie al organiseerden)?

Welke elementen denken jullie dat doorslaggevend waren voor de massale inschrijving? of

Als organisatoren van een succesvol project als 'The Big Draw', welke organisatorische raad zouden jullie geven aan andere inrichters van evenementen?

Interview Circa & S.M.A.K

Vond je The Big Draw een succes? Waarom wel/niet?

Wat vond je van de manier van oproep naar deelnemers (open oproep)?

Wat vond je van het aantal ingeschreven activiteiten en kwalitatieve verhouding?

Welke elementen denken jullie dat doorslaggevend waren voor de massale inschrijving?

Hebben jullie zelf ook oproepen verspreid tot deelname? En heb je hierop reactie gekregen?

Wat waren jullie voornaamste taken voor, tijdens en na het festival?

Op welke manier hebben jullie deelnemende kunstenaars of organisaties ondersteund?

Waarvoor werd vooral ondersteuning gevraagd?

Hebben jullie veel ervaring met samenwerking met kunstenaars/organisaties?

Hoe zijn jullie door KUNSTWERKT gevraagd om mee de stuurgroep te vormen? Waren jullie meteen enthousiast?

Zou je nog willen meewerken aan een volgende editie?

Er was de vraag vanuit KUNSTWERKT voor overnemen van de organisatie van 'The Big Draw' in Gent 2014? Waarom hebben jullie dit mandaat niet opgenomen?

Hebben jullie bij andere projecten al moeilijkheden ervaren rond het zoeken van kunstenaars?

Hebben je organisatorische raad voor andere inrichters van evenementen?

Interview STAM

Wat zijn jouw ervaringen rond het zoeken en samenwerken met kunstenaars of organisaties?

Op welke manier en via welke kanalen verspreiden jullie oproepen?

Hebben jullie al moeilijkheden ervaren rond het zoeken van kunstenaars?

Welke factoren denk je dat hiervoor bepalend zijn?
Wat zijn jullie voornaamste taken voor, tijdens en na projecten in samenwerking met kunstenaars?
Op welke manier ondersteunen jullie deelnemende kunstenaars of organisaties?
Waarvoor wordt vooral ondersteuning gevraagd?
Vond je 'The Big Draw' een succes? Waarom wel of niet?
Heb je zicht op de WAK in Gent? Wat weet je ervan?
Heb je tips voor Circa m.b.t de WAK?

Interview SKETCH

Vond je The Big Draw een succes? Waarom wel/niet?
Wat vond je van de manier van oproep naar deelnemers (open oproep)?
Wat vond je van het aantal ingeschreven activiteiten en kwalitatieve verhouding?
Op welke manier hoorde jij het eerst over het bestaan van The Big Draw?
En op welk moment en door welke info besliste je dat je wou deelnemen?
Vond je jouw activiteit een succes? Waarom wel/niet
Op welke manier heb je anderen overtuigd? Welke elementen benoemde je?
Werd je voldoende ondersteund door de organisatie?
Zou je bij een volgende editie opnieuw deelnemen?
Wat zou je anders aanpakken?

Interview Fameus

Sinds wanneer zijn jullie coördinator van de WAK in Antwerpen?
Kan je het groeiproces doorheen de jaren beschrijven?
Waarom heet de WAK in Antwerpen niet WAK, maar Liefhebber Kunstenfestival?
Sinds wanneer bestaat het Liefhebber Kunstenfestival?
Jullie hebben elk jaar een uitgebreid programma... Hoeveel kunstenaars nemen gemiddeld jaarlijks mee? Is het moeilijk om deze kunstenaars te vinden? Vind je elk jaar nieuwe mensen of bereik je jaarlijks nieuwe kunstenaars?
Op welke manier verspreiden jullie de oproep naar deelnemers? Was dit vanaf het begin op deze manier?
Wat zijn jullie voornaamste taken voor, tijdens en na het festival?
Op welke manier ondersteunen jullie deelnemende kunstenaars of organisaties?
Waarvoor wordt vooral ondersteuning gevraagd?
Hebben jullie veel ervaring met samenwerking met kunstenaars/organisaties ook bij andere projecten?
Kennen jullie The Big Draw? Wat is volgens jullie het succes/de troef van dit event? Zijn jullie betrokken bij de organisatie ervan in A'pen?
Hebben jullie (bij andere projecten) ook al moeilijkheden ervaren rond het zoeken van kunstenaars?
Hebben jullie zicht op de WAK in Gent? Wat weten jullie ervan? Waarom denken jullie dat dit in Gent minder goed loopt dan in A'pen?
Heb je tips voor Circa m.b.t. tot hun WAK?

7.4. Bijlage 4: Informed Consent

Toestemmingsverklaringformulier (informed consent)

Titel onderzoek: Bachelorproef: Ctrl Kopie succes van The Big Draw?

Verantwoordelijke onderzoeker: Astrid De Bruycker

In te vullen door de deelnemer

Ik verklaar op een voor mij duidelijke wijze te zijn ingelicht over de aard, methode, doel en [indien aanwezig] de risico's en belasting van het onderzoek. Ik weet dat de gegevens en resultaten van het onderzoek alleen vertrouwelijk aan derden bekend gemaakt zullen worden. Mijn vragen zijn naar tevredenheid beantwoord.

Ik begrijp dat film-, foto, en videomateriaal of bewerking daarvan uitsluitend voor analyse en/of wetenschappelijke presentaties zal worden gebruikt.

Ik stem geheel vrijwillig in met deelname aan dit onderzoek. Ik behoud me daarbij het recht voor om op elk moment zonder opgaaft van redenen mijn deelname aan dit onderzoek te beëindigen.

Naam deelnemer:

Datum: Handtekening deelnemer:

In te vullen door de uitvoerende onderzoeker

Ik heb een mondelinge en schriftelijke toelichting gegeven op het onderzoek. Ik zal resterende vragen over het onderzoek naar vermogen beantwoorden. De deelnemer zal van een eventuele voortijdige beëindiging van deelname aan dit onderzoek geen nadelige gevolgen ondervinden.

Naam onderzoeker:

Datum: Handtekening onderzoeker:

7.5. Bijlage 5: Flyer deelname 'The Big Window Walk'

KUNSTENAARS GEZOCHT

Je bent dol op tekenen, en je wil je wel eens laten gaan op iemand zijn raam? Stel je dan kandidaat voor de raamtekenroute van **THE BIG DRAW!**

Op 4, 5 en 6 oktober 2013 vindt in Gent **THE BIG DRAW** plaats, een groots **tekenfestival** dat de hele stad inpalmt!



Stel je kandidaat en tover een raam om tot een waar **kunstwerk**! In het centrum van Gent nemen tientallen kunstenaars de stad over, en jij kan daar deel van uitmaken! De tekeningen worden gemaakt met krijtstiften en zijn dus tijdelijk.

Wat verwachten we van jou?

Op een dag tussen zaterdag 28 september en 4 oktober teken je de ziel uit je lijf! In ruil voor je harde werk krijg je van je gastvrouw/heer een verrassing. (Dit kan een lekker maal zijn, koffie en cake, een doos pralinen, een boek,...) En natuurlijk is je werk ook deel van de grootse raamtekenroute die een hele hoop kijklustigen zal lokken!

Maak deel uit van dit geweldige evenement! Stuur (tot 3 september) een mailtje naar sketchgent@gmail.com en krijg meer info!

RAMEN GEZOCHT

U woont of werkt in de blauwe straten?

PROFICIAT, dan bent u één van de uitverkorenen om deel te nemen aan de **raamtekenroute** van **THE BIG DRAW!**

Op 4, 5 en 6 oktober 2013 vindt in Gent **THE BIG DRAW** plaats, een groots **tekenfestival** dat de hele stad inpalmt!

Heb je een raam dat zichtbaar is vanop de straatkant? Stel je dan kandidaat en je raam wordt omgetoverd tot een waar **kunstwerk!**

Tussen zaterdag 28 september en 4 oktober komt er een kunstenaar langs om de ziel uit zijn lijf te tekenen! We vertrouwen erop dat je de kunstenaar in de watten legt in ruil voor zijn harde werk.

Heb je een handtekening?

Iets moois uit je winkel vormt een perfecte beloning (richtlijn: 10 euro).

Ben je een bewoner?

Misschien bak je wel heerlijke appeltaart, heb je een mooi boek dat je al uitgelezen hebt, of ligt er nog een mooie bureaulamp op zolder. Je bent vrij om een ruil overeen te komen met jouw kunstenaar.

De tekeningen worden gemaakt met krijstiften en zijn dus tijdelijk. Na 6 oktober kan je alles eenvoudig wegwassen.

Maak deel uit van dit geweldige evenement!
Stuur snel (lieft voor 15 augustus) een mail naar sketchgent@gmail.com en krijg meer info!

