

De Reis van de held

Een reisgids voor sociaal-artistiek werken in de wijk



Leefbaarheidsalliantie
Gelderland

CAL-XL
LABORATORIUM VOOR KUNST & SAMENLEVING

KIK

SPECTRUM
maakt samen leven mooier.



wonen limburg

Reisgids Reis van de Held

Leeswijzer

In deze reisgids doen we een aantal handreikingen aan de reisleider van een sociaal-artistisch avontuur. We doorlopen stapsgewijs de vier etappes van de sociaal-artistische routekaart. Ieder hoofdstuk start met een plan van aanpak.

We kijken door de bril van de 'projectscan voor sociaal-artistische praktijken' om de belangrijkste aandachtspunten en keuzes in de betreffende fase scherp te krijgen. Vervolgens reiken we een aantal methodieken aan waarmee je samen met je reisgenoten aan de slag kunt gaan.

In een vijfde hoofdstuk gaan we nog kort in op de onderliggende modellen en behandelen we nog een aantal methodieken die in elke fase van pas kunnen komen. Zowel de projectscan als de methodieken zijn niet meer dan een handreiking. Gebruik vooral ook je eigen kennis en ervaring en die van je reisgenoten. Er zijn meerdere wegen die naar Rome leiden.

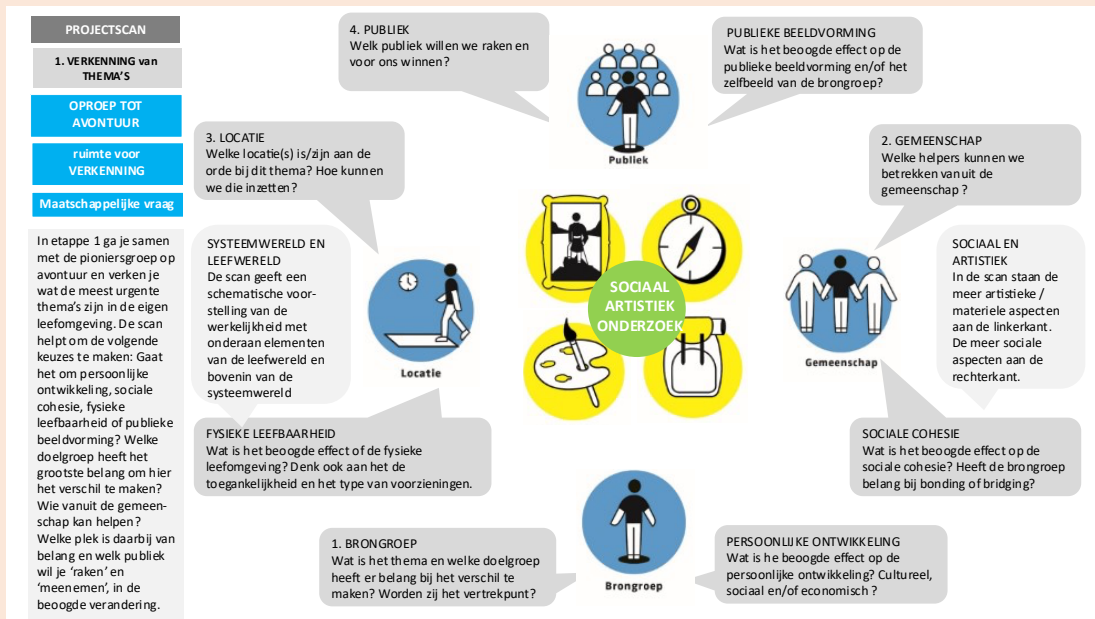
1. Oproep tot avontuur
 - 1.1. Plan van aanpak: verkennen maatschappelijke vraag
 - 1.2. Methodieken: verkennen en oriënteren
2. Over de drempel
 - 2.1. Plan van aanpak: testen artistiek antwoord
 - 2.2. Methodieken: mobiliseren en ontwikkelen
3. Het verschil maken
 - 3.1. Plan van aanpak: samen aan de slag
 - 3.2. Methodieken: maken en realiseren
4. Thuiskomen
 - 4.1. Plan van aanpak: samen waarde maken
 - 4.2. Methodieken: presenteren en oogsten
5. Vertrekpunten
 - 5.1. Plan van aanpak: onderliggende modellen
 - 5.2. Basismethodieken: altijd handig
6. Bijlage

1. Oproep tot avontuur

In deze eerste etappe ga je samen met de reisgroep op avontuur en verken je wat de meest urgente thema's zijn in de eigen leefomgeving. Je kunt niet tegelijk alles aanpakken dus je wil keuzes maken. Wat vinden jullie als reisgroep belangrijk? Waar zit de energie? Welke dromen hebben jullie?

1.1 Plan van aanpak: verkennen maatschappelijke vraag

De projectscan voor sociaalartistieke praktijken helpt om de volgende keuzes te maken: Gaat jullie droom om persoonlijke ontwikkeling, sociale cohesie, fysieke leefbaarheid of publieke beeldvorming? Welke doelgroep heeft het grootste belang om hier het verschil te maken? Wie vanuit de gemeenschap en vanuit organisaties kan helpen? Welke plek is daarbij van belang en welk publiek wil je 'raken' en 'meenemen', in de beoogde verandering?



Zo ziet de projectscan er bij etappe 1 uit:

De projectscan geeft een schematische voorstelling van de werkelijkheid met onderaan in de buitenring belangrijke aspecten van de leefwereld en bovenin die van de systeemwereld. De **leefwereld** is de informele omgeving en beleving van de burger: onze doel- ofwel brongroep. De brongroep is het vertrekpunt van de reis. Vanuit diens dromen en behoeften stippelen we de route uit.

De **systeemwereld** is de formele omgeving en regelgeving van organisaties, overheden en andere instituties: het publieke domein. Op het raakvlak van systeem- en leefwereld bevinden zich enerzijds de fysieke leefomgeving en anderzijds de sociale gemeenschappen (zie de blauwe icoontjes in de scan). In de optiek van sociaalartistiek werk zijn achterstanden of belemmeringen in de leefwereld van burgers niet los te zien van het functioneren van de systeemwereld. Als je emancipatie en ontwikkeling wil bevorderen dan vraagt dat een "herbemiddeling" tussen de systeem- en de leefwereld.

Met een **sociaal artistiek project** gooi je als het ware een bal midden in een stilstaande vijver tussen de systeem- en leefwereld. De bal is de oproep tot avontuur. Je wil dat zowel vanuit de leefwereld als vanuit de systeemwereld de meest betrokkenen in het water springen en samen met de bal gaan spelen. Het spel veroorzaakt beweging en golven in het water. Met die beweging creëer je speelruimte waarin nieuwe beelden, nieuwe relaties, nieuwe competenties en uiteindelijk ook duurzaam andere verhoudingen kunnen ontstaan tussen de spelers. De golven slaan in ringen op de oevers en kunnen – op den duur – ook impact hebben op de systeem- en leefwereld 'aan de wal'. Op de persoonlijke ontwikkeling bij de brongroep, de beeldvorming in het publieke domein, sociale cohesie binnen gemeenschappen, leefbaarheid in de fysieke omgeving.

In de projectscan staat het sociaalartistieke project dus in het midden. De bal midden in de vijver. We onderscheiden daar **vier stappen** (de gele icoontjes in de scan met referenties naar de reis van de held). Met de klok mee zijn dat oriënteren (kompas), ontwikkelen (rugzak), maken (schilderpalet) en presenteren (schilderij met lijst). De eerste twee stappen hebben vooral een sociaal karakter en hebben op de eerste plaats een relatie met de gemeenschap waarin het gemaakt wordt. De laatste twee stappen hebben vooral een artistiek karakter en materialiseren zich op een fysieke plek. Bij de toepassing van de scan plaatsen we daarom ook de meer sociale aspecten aan de rechterkant van de scan en de artistieke aan de rechterkant.

Etappe 1: verkennen van maatschappelijke vraag

In Etappe 1 bepaal je samen met de bewoners en professionals op welk thema je het verschil wil maken. In het meest ideale geval werk je vraaggericht direct vanuit de droom of behoefte van de doelgroep. In de dagelijkse realiteit wordt het thema echter ook mede bepaald door de prioriteiten van de opdrachtgever en/of het engagement van de kunstenaar. In dat geval ga je in tweede instantie toch ook eerst op zoek of en hoe dat thema ook urgent is voor de doelgroep. Bij sociaalartistiek werk noemen we die liever de brongroep. Het begrip doelgroep komt uit de marketing en refereert naar de groep mensen waar je je product aan wil verkopen. Het begrip brongroep benadrukt dat de betreffende groep mensen je bron en vertrekpunt is van je actie. In het deel 'methodieken' geven we een handreiking hoe je in contact, gesprek en actie komt met een brongroep.

Onderzoeksvragen voor een succesvol sociaal artistiek project:

Brongroep

Voor welke doelgroep wil je het verschil maken? Welke mensen zijn dat concreet? Hoeveel kan en wil je er betrekken? Willen zij inderdaad de bron en het vertrekpunt zijn van een gezamenlijk avontuur? Op welk thema?

Persoonlijke ontwikkeling: Wat is voor hen het beoogde effect op de persoonlijke ontwikkeling? Cultureel, sociaal en/of economisch? Meer gewaardeerd worden, meer mensen leren kennen, nieuwe vaardigheden leren? Betere kansen op school of op de arbeidsmarkt?

Gemeenschap

Welke helpers kunnen we bij dit thema betrekken vanuit de gemeenschap?

Sociale cohesie: Wat is het beoogde effect op de sociale cohesie? Heeft de brongroep nu vooral belang bij bonding (onderlinge banden versterken) of bridging (relaties versterken met 'de ander' in diens leefomgeving)?

In het ene geval heeft een brongroep van bijvoorbeeld Turkse meiden vooral behoefte aan zelfhulp binnen de eigen groep. In andere gevallen zijn ze juist meer gebaat bij contact met meiden buiten hun eigen community. Dat kan ook nog in de loop van de tijd veranderen.

Locatie

Welke locatie(s) is/zijn aan de orde bij dit thema? Hoe kunnen we die inzetten?

Fysieke leefbaarheid: Wat is het beoogde effect op de fysieke leefomgeving? Denk ook aan de toegankelijkheid en het type van voorzieningen. Gaat het bijvoorbeeld om een schonere buurt of een meer toegankelijk en levendig buurthuis? Of meer zelfvoorziening door urbangardening of -mining?

Publiek

Welk publiek willen we raken en voor ons winnen? Wie zijn dat concreet? Hoeveel moeten we bereiken om het verschil te kunnen maken?

Publieke beeldvorming: Wat is het beoogde effect op de publieke beeldvorming en/of het zelfbeeld van de brongroep?

Sociaal en artistiek

Kunst en welzijn: vaak twee losse portefeuilles, met allebei een eigen wereld. Terwijl kunst van grote waarde kan zijn in zorg en welzijn en de decentralisaties nieuwe, onverwachte mogelijkheden bieden voor sociaal artistieke projecten.

Juist in deze tijden van grote maatschappelijke veranderingen is het belangrijk dat we de vraagstukken en uitdagingen van nu met frisse en nieuwe ogen bekijken. Kunstenaars kunnen hierbij een belangrijke rol spelen. Het begint met het 'reframen' van het vraagstuk om van daaruit in co-creatie met andere, soms onverwachte spelers tot een nieuwe aanpak te komen. Dit vraagt om lef en het loslaten van oude oplossingen en bepaalde systemen. Door domeinen en daarmee kennis, ervaring en budgetten slim aan elkaar te knopen, is er meer mogelijk in welzijn, zorg, kunst en cultuur en daarmee dus meer in sociale kwaliteit van leven in wijken en buurten.

De Reis van de Held is een instrument dat samenwerking tussen verschillende domeinen mogelijk maakt. De reis leidt niet alleen maar naar sociale schatten, zoals sociale cohesie, verbeterde leefomgeving, persoonlijke groei en positieve beeldvorming. De reis leidt ook naar artistieke schatten (artistieke oplossingen en interventies) die gesprekken op gang helpen en vaste patronen losschudden. Die nieuwe energie losmaken, wijken en buurten een smoel geven en gevoelens van trots aanwakkeren.

Kunst roert, beroert en raakt. Een wijk die zich roert en beroert, die raakt en maakt is een wijk waar mensen elkaar groeten en ontmoeten, samen leuke dingen doen en er voor elkaar zijn als dat nodig is. Een wijk die klaar is om uitdagingen van nu en straks het hoofd te bieden.

Omdat in de Reis van de held zowel sociale als artistieke doelen leidend zijn, werken we in dit proces met twee reisleiders, één die de artistieke kwaliteit van oplossingen en interventies bewaakt en één die ervoor zorgt dat iedereen mee kan doen en de sociale doelen die we met elkaar hebben geformuleerd, behaald worden.

Op naar Etappe 2

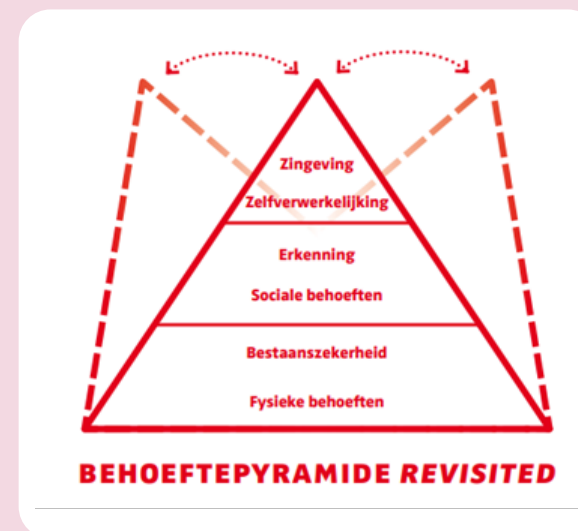
De gekozen dromen, behoeften en/of noodzaak vormen het vertrekpunt van je actie, het waarom. Het geeft jou en je brongroep zicht op de context van je avontuur. Welke draken je met je helden moet gaan bestrijden. Welke helpers je wilt meekrijgen en welke tegenstanders je rekening mee moet houden. Welke schat je wilt vinden en terug wilt brengen naar de gemeenschap. In de volgende stap, Etappe 2, bepaal je samen hoe jullie dat gaan doen. Welk sociaalartistiek project geeft het juiste antwoord op de gezamenlijk geformuleerde maatschappelijke vraag? In de praktijk is dit onderzoek een herhalend proces. Een deel van je antwoorden vind je pas in de loop van het avontuur.

De projectscan helpt je wel om die antwoorden dan letterlijk en figuurlijk goed te kunnen plaatsen en mee te kunnen nemen in de verdere koersbepaling van je project.

De kracht van cultuur

Moet je wel investeren in kunst en cultuur in een context waarbij mensen niet of onvoldoende in hun eerste levensbehoeften kunnen voorzien? Zitten mensen daar wel op te wachten? Bij het stellen van deze vraag wordt vaak verwezen naar de behoeftepiramide van Maslow. Op basis van dit model kan je echter ook betogen dat kunst en cultuur juist van doorslaggevend belang zijn in een situatie van achterstand.

De **behoeftepiramide** van Maslow is een aan Abraham Maslow toegeschreven ordening van behoeftes, op basis van zijn in 1943 gepubliceerde motivatietheorie. Maslow stelde dat elk levend wezen dezelfde behoeftes in eenzelfde rangorde nastreeft, van onder naar boven in de piramide. Als aan een 'lagere' behoefte is voldaan, schuift het individu op naar een volgend niveau. Meer actuele onderzoeken naar de activering van behoeften wijzen er echter op dat verschillende categorieën aan behoeften nagestreefd kunnen worden, los van een rangorde. Behoeften op verschillende niveaus kunnen tegelijkertijd aan de orde zijn. Iemand met een gezondheidsprobleem kan tegelijkertijd de behoefte voelen aan schoonheid en wijsheid. Zo kan volgens het gedachtegoed van positieve gezondheid zelfontplooiing het verlies aan gezondheid deels compenseren.



Radicale omkering: je kunt de hiërarchie van behoeften ook radicaal op de kop zetten: zonder zingeving is de mens niet gemotiveerd om goed voor zichzelf te zorgen en sociale relaties aan te gaan. Culturele kernwaarden als talentontwikkeling, zingeving, verbeelding, ontmoeting en esthetisch genoeg kunnen juist ook de motor zijn voor het verwerven van sociale en fysieke vermogens. Een aansprekend voorbeeld daarvan is de existentiële betekenis van de hiphopcultuur voor jongeren in de Amerikaanse getto's. Alles begint met zelfexpressie en pas daarna volgt sociale en materiële ontwikkeling. Sociaalartistieke praktijken werken ook van boven naar beneden. Het versterkt de cultuur intrinsieke vermogens en neemt de gerelateerde sociale en fysieke vermogens daar naar behoefte in mee. Talent ontwikkelen betekent ook sociale relaties aangaan en zorgen dat je leven op orde is.

Betekenisgevende kaders: in de visie van de Vlaamse socioloog Eric Corijn was er in de tijd dat één kerk en vorst nog de dienst uitmaakten inderdaad één top van de piramide die betekenis gaf aan de alledaagse sociale en fysieke werkelijkheid van alle burgers. In de postmoderne, gedifferentieerde samenleving bestaan er volgens zijn analyse echter meerdere betekenisgevende kaders voor verschillende deelgemeenschappen naast elkaar. Dat maakt dat we in onze beleving op eenzelfde plek toch in verschillende werelden lijken te leven en elkaar niet meer verstaan. Corijn ziet in sociaalartistieke praktijken een kans voor cultuurmakers om in co-creatie met deelgemeenschappen weer tot een gezamenlijk betekenisgevend kader te kunnen komen: een nieuwe gedeelde cultuur.

1.2 Methodieken voor etappe 1

In deze paragraaf vind je onder ander de methode 'de beroepskracht belt aan' voor het rekruteren van de reisgroep en verschillende participatieve methodes om de wijk in beeld te brengen, kennis te maken met verschillende types sociaalartistieke praktijken en prioriteiten vast te stellen. De methodiek mindmapping kun je in deze etappe goed gebruiken om zelf een projectscan uit te werken (met 'takken' waarlangs je de eigenschappen van je brongroep, publiek, gemeenschap en locatie(s) kan uitwerken). Tot slot vind je een handreiking voor het werven en selecteren van cultuurmakers.

Beroepskracht belt aan | reisgroep formeren

Etappe 1 Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag
Fase Mobiliseren

Hoe ga je het eerste gesprek aan? Wat is je openingszin en wat zijn de do's en don'ts in dit proces? De beroepskracht belt aan en maakt kennis met de bewoners, gaat op zoek naar zijn/haar/diens talenten, passies en kijk op de wijk. Al vanaf het eerste contact is het belangrijk te weten dat de insteek van de beweging een positieve is. We bouwen op dat wat goed en sterk is en pakken hiermee de opgaven die er in de wijk liggen, aan. De beroepskracht kan in deze de opbouwwerker zijn of medewerkers leefbaarheid of/ en wijkbeheerders van een woningcorporatie zijn. Is er een onafhankelijke partij aangetrokken om de reis te leiden? Dan kan deze reisleider ook aanbellen.

Doelen

- Contact maken met bewoners
- Aanhaken van bewoners bij de beweging
- Eerste schets van thema's die spelen, talenten die er zijn en wensen en problemen in kaart

Opbrengst

- Pioniersgroep gevormd
- Talenten in beeld om in te zetten tgv de wijk

Benodigheden

Er zijn verschillende tools die je kunt gebruiken om het gesprek te voeren:

- [Aankaartspel van de Vrijstaat](#)
- [Placemats en wijkwaardekaarten van de HAN](#)

Aandachtspunten

- We zijn op zoek naar talent in de wijk. Steek het gesprek positief in.
- Klachten over de wijk? Draai deze om door de vraag te stellen: Hoe zou u het dan willen zien? Hoe ziet de gewenste situatie eruit?
- We zijn op zoek naar de schatten van de wijk. Die zetten we in, maken we zichtbaar om de kwetsbaarheden van de wijk te versterken.

Duur

Per gesprek een uur

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Bepaal het doel van het gesprek	Wat is het doel van een gesprek met de bewoners? Wat wil je brengen en welk gevoel wil je geven? Je doel goed kennen, zorgt ervoor dat jij ook je eigen verhaal paraat hebt als mensen vragen waarom je contact opzoekt. Als je het doel voor ogen hebt, is het ook makkelijker om de juiste setting voor een gesprek te kiezen. In het geval van de Reis van de held is het doel altijd op te halen waar de kwaliteiten en talenten liggen van de bewoner en wat hem/haar/hen trots maakt op de wijk. Wat is er goed in de wijk en kunnen we op bouwen? Welke talenten heeft de bewoner om in te zetten? Waar wordt hij/zij/hen blij van?
Stap 2	Denk na over een goede setting voor het gesprek	Wat is een goede setting voor een gesprek? Denk voordat je begint na over de setting waarin jij met de bewoner in contact kunt komen. In deze fase van het proces bel je huis-aan-huis aan. Tip: informeer anderen over wat je gaat doen in de wijk, dan weten burens dat je langskomt of dat ze kunnen aanschuiven bij de picknicktafels.
Stap 3	Begin met de 5 w's	Wanneer je een passende setting hebt gekozen, ga je nu op pad om een gesprek met je burens aan te knopen. Een goede beginvraag is laagdrempelig en is open. Start met vragen die beginnen met 'wie', 'wat', 'welke', 'waar' en 'wanneer'. Bijvoorbeeld: "Wanneer bent u hier komen wonen?" of "Met wie heeft u contact in de buurt?". Maar het kan ook gaan over de hond of het weer. Probeer een haakje te vinden voor het aanknopen van een gesprek.
Stap 4	Ga de verdieping in	Als het gesprek op gang komt, kan je meer verdiepende vragen stellen. Dit zijn vragen die beginnen met 'hoe' of vragen over gevoelens, ervaringen en betekenis: "Hoe woont u in deze buurt?", als iemand iets vertelt: "Hoe voel jij je daarbij?" of "Wat is betekenisvol voor jou?". Zo kan er een gesprek ontstaan waarin je over en weer met elkaar in contact komt. Dit hoeft uiteraard niet in één keer – het kan ook zo zijn dat je elkaar vaker even kort spreekt. Dit ligt aan de setting van het gesprek en de persoon met wie je spreekt. Soms heb je pas na meerdere gesprekjes een aanleiding om het contact te verdiepen of verbindingen te leggen.
	Vermijd verborgen agenda's	Als je echt tot gesprek wilt komen is het belangrijk dat je geen verborgen agenda hebt. Je hebt geen vooropgezette ideeën of plannen maar richt je erop de ander te ontmoeten vanuit oprechte interesse zonder iets terug te verwachten. Vind iets in de ontmoeting wat je aanspreekt en waar je in het gesprek verder op in kunt gaan (een haakje om verder in gesprek te komen). Richt je op wat er bij de ander aan de orde is en op wat de ander wil. Realiseer je dat de ander een verhaal en sterke kanten heeft. Doe dit vanuit een houding van gelijkwaardigheid. Sta op hetzelfde niveau en oordeel niet.

Bingo

Etappe 1
Fase

Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag
Mobiliseren

De bingo kun je in deze fase inzetten als een manier om elkaar en de wijk beter te leren kennen en mensen onbewust met het onderwerp van de bijeenkomst aan de slag laten gaan. De bingo nodigt op speelse wijze uit om met elkaar het gesprek te voeren over talenten en kansen in de wijk. Hierop kunnen we met onze beweging nieuwe wijkverbindingen, trots op de wijk en talenten gaan uitbouwen.

Doelen

- Elkaar beter leren kennen
- (Energizer om) mensen gefocust (te) houden

Opbrengst

Door de informele werkvorm breng je energie in de groep. Mensen voelen zich na deze werkvorm vrijer om met elkaar aan de slag te gaan.

Benodigdheden

- Bingokaarten ([zie voorbeeld in bijlage](#))
- Pennen/potloden

Aandachtspunten

- Zorg dat je voldoende ruimte hebt voor de deelnemers om rond te lopen
- De bingo maakt veel energie los. Het kan soms lastig zijn om het weer rustig te krijgen. Maak evt. gebruik van een bel of iets anders om de aandacht terug te krijgen.

Duur

- Uitleg opdracht: 5 min.
- Bingo: 10 min
- Bespreken: 5 min

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiding treffen	Bedenk de vragen voor de bingo. Dit zijn vragen die te maken hebben met het onderwerp van de bijeenkomst, maar ook persoonlijke vragen. Het kan gaan om weetjes, en doe-vragen. Print de bingovellen en zorg dat je voor ieder een pen of potlood hebt.
Stap 2	Opdracht toelichten	<ol style="list-style-type: none">1. We gaan bingo spelen. Ieder van jullie heeft 1 bingo-vel.2. Je hebt eerste bingo als je horizontaal, diagonaal of verticaal een rij vol met handtekeningen hebt.3. Je hebt tweede bingo als je horizontaal, diagonaal of verticaal een rij vol met handtekeningen hebt (alleen als iemand al heel snel bingo heeft).4. Op 1 rij moeten minimaal 4 verschillende handtekeningen staan.5. We controleren de antwoorden niet, het gaat om het spel en de kennismaking met elkaar.
Stap 3	Bingo spelen	Laat iedereen door de ruimte heen lopen en elkaar opzoeken. Het mag een lekkere chaos zijn. Heeft iemand al vrij snel bingo dan bepaal je op dat moment of je nog een tweede ronde doet.
Stap 4	Reflectie	Bedenk zelf een aantal vragen aan de groep. Voorbeeldvragen: <ul style="list-style-type: none">• Wie heeft geprobeerd zo snel mogelijk klaar te zijn?• Wie heeft meer dan vijf verschillende mensen gesproken?• Welke antwoord, welk gesprekje, welk weetje is jullie bijgebleven?• Wanneer heb je echt moeten lachen?• In welke antwoorden herkende je jezelf?• Welke verwachtingen over deze sessie hebben jullie gehoord?• Welke verwachting heb je zelf over deze sessie? Vat aan het einde kort samen wat je hebt gehoord.

Brainstorm workshopmethode

Etappe 1 Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag

Gebruik de consensusworkshop als je in korte tijd de creativiteit en het verantwoordelijkheidsgevoel wilt aanspreken bij de reisgroep. Door met de hele groep een denkproces in te gaan waarin ieders stem gehoord wordt, werk je met alle reisgenoten toe naar een gedragen besluit en antwoord op de vraag, behoefte of wens die er ligt.

Doelen

De werkvorm deelnemers uit vaste denkpatronen- en richtingen halen. Het is een tool om deelnemers out of the box te laten denken, waardoor nieuwe, creatieve ideeën ontstaan en gedeeld worden. Tot een besluit komen waar draagvlak en commitment op is.

Opbrengsten

- Out of the box ideeën die je anders niet uit de groep zou halen.
- Een door de groep gedragen besluit en antwoord op de vraag (consentbesluitvorming).
- Als er akkoord en draagvlak is voor het besluit, voelen alle reisgenoten eigenaarschap over de oplossing en antwoord op de vraag.

Benodigheden

- Sticky wall en spray mount spuitlijm ([meer informatie in bijlage](#))
- Stiften
- A-5jes of post-its
- Flipovers

Aandachtspunten

Deze methode kun je doen met post-its en flipovers of met behulp van een sticky wall en a-5jes waarop deelnemers hun ideeën schrijven. Let op dat je de ruimte klaar hebt staan voordat je de workshop begint. Opbouw duurt ongeveer 45 minuten.

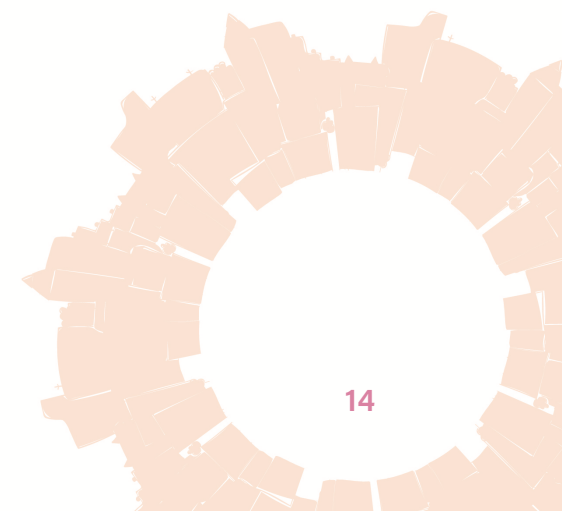
Duur

60 – 80 minuten

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Introduceren	Leg het proces uit: in 60-80 minuten van brainstorm à gedeelde antwoord/oplossing (consent besluitvorming). Markeer de focusvraag, bijvoorbeeld: Welke creatieve en effectieve manieren zijn er om bewoners te betrekken bij wat we aan het doen zijn?
Stap 2	Brainstormen	<p>Start dit onderdeel met opwarmvragen Wie kent een initiatief of organisatie die er erg goed in slaagt om bewoners te betrekken? Wat maakt dat dit initiatief daar zo succesvol in is? Vaak helpt het om in de opwarmvragen juist het tegenovergestelde te vragen? Bijvoorbeeld: Wat moeten we doen om bewoners bij ons weg te jagen? Wat moeten we dus juist wel doen (Waarmee betrekken we bewoners juist wel)?</p> <p>Individuele brainstorm Schrijf zoveel mogelijk ideeën die je hebt op. Minimaal 10. Markeer voor jezelf de 5 belangrijkste ideeën.</p> <p>Werken in subgroepen Vorm subgroepen (max 5 per groep) Iedere groep komt terug met 6-10 ideeën (max 35 op de sticky wall). Deze schrijven ze op A5 met de volgende instructies daarbij: Schrijf groot één idee per kaart 3 - 5 woorden per kaart.</p>
Stap 3	Organiseren	<p>De facilitator haalt de ideeën op en hangt ze op de sticky wall. Ophalen door je door vragen te stellen, zie hieronder. Na elke ophaalronde, stel je als procesbegeleider de vraag: Welke ideeën horen bij elkaar/hebben dezelfde intentie? Deze kaarten hang je bij elkaar.</p> <p>Ophaalvragen: Wat zijn jullie twee meest effectieve ideeën? Wat zijn jullie twee meest creatieve ideeën? Wat is het meest uitdagende idee?</p> <p>Na drie rondes heb je dus verschillende clusters verzameld op de sticky wall. Je geeft iedere cluster een symbool (ook op A-5 getekend).</p>

		<p>Als de deelnemers na 3 rondes nog kaarten over hebben, vraag je hen om met elkaar voor elke kaart te bepalen bij welke groep op de sticky wall ze horen. Laat hen in de rechter bovenhoek het symbool tekenen van de cluster waar de kaart volgens bij moet horen.</p> <p>Nodig de groepen uit de kaarten met symbolen op te hangen bij de clusters waar ze bij horen.</p> <p>Kaarten die niet bij een cluster horen, laten ze op hun tafel liggen.</p> <p>Haal de resterende kaarten bij de groepen op en hang ze buiten de clusters op de sticky wall.</p> <p>Vraag de groep:</p> <p>Waar gaat deze kaart over? Wat is de intentie ervan? Moeten we nieuwe kolom aanmaken of past ie toch nog onder een bestaande cluster?</p> <p>Ga door net zo lang tot alle kaarten een plek hebben op de sticky wall waar iedereen mee kan leven.</p>
Stap 4	Benoemen	<p>Dit is de fase waarin je een consentbesluit bereikt.</p> <p>Lees de focusvraag.</p> <p>Lees het resultaat van elke kolom. Begin met de grootste.</p> <p>Vat elke kolom of cluster samen in één tot vijf woorden. Let op, de titel moet antwoord geven op de vraag.</p> <p>Ga van de grootste naar de kleinste kolom.</p>
Stap 5	Evalueren	<p>Lees de focusvraag en de resultaten</p> <p>Welke idee is het leukst?</p> <p>Welke is het moeilijkst te realiseren?</p> <p>Welke willen we verder uitwerken?</p>



Buurt in beeld (Community mapping)

Etappe 1 Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag
Fase Uitvoeren

Buurt in beeld is een uitnodigende werkwijze om in de wijk gezamenlijk met kansen en uitdagingen uit de gemeenschap aan de slag te gaan. Niet de 'problemen' zijn het uitgangspunt, maar de wensen, talenten en krachten uit de gemeenschap zelf. Deze worden -letterlijk- in kaart gebracht.

Doelen

- In kaart brengen van fysieke plekken in de wijk
- In kaart brengen van kansen, talenten, krachten in de wijk
- Definiëren en uitspreken van wat 'ons bindt in de wijk'

Opbrengst

Een gedeeld beeld van de wijk waarbij nieuwe ontdekkingen zijn gedaan en we helder hebben wat ons bindt in de wijk.

Benodigheden

- Flipovers aan elkaar met daarop contouren van de wijk
- Flipover met vragen
- Stiften
- Beeldmateriaal (tijdschriften)
- Stickers, post-its, etc.
- Scharen
- Lijm

Aandachtspunten

- Zorg dat er voldoende afstand is tussen de tafels
- De ervaring leert dat dit een creatief proces is waar ook samen en door elkaar heen wordt gewerkt. Wil je het strak organiseren zorg er dan voor dat er een goede voorzitter is.
- Zorg dat er maximaal 3 thema's overblijven. 1 of 2 is dus ook goed. Meer thema's zorgt voor te veel versnippering in de vervolgstappen.

Duur

- Uitleg opdracht: 5 min.
- Maken buurtkaart: 40 min.
- Bespreken: 5 min. per groep

Plenaire terugkoppeling

- Eén iemand blijft bij de tafel om toelichting te geven
- Rest groep gaat buurten bij andere tafel
- Presenteer de uitkomsten van ronde 4
- Ruimte voor vragen en toelichting op de wijkkaart

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereidingen treffen	Per groep een tafel met de flipover met de contouren van de buurt/wijk. Leg materiaal (tijdschriften, stickers, stiften, etc.) op iedere tafel. Je kan van tevoren ook al symbolen op tafel leggen voor bepaalde voorzieningen (buurthuis, winkel, school, etc.).
Stap 2	Opdracht toelichten	Toelichten dat we de buurt in kaart brengen. Welke fysieke plekken zijn er in de buurt? Waar zie je kansen en talenten in de buurt? En wat bindt ons als buurt?
Stap 3	Ronde 1 Wat is er al in de buurt? (15 min)	Plak/teken op de kaart de belangrijkste voorzieningen (supermarkten, musea, ontmoetingsplekken, restaurants/snackbars, winkels, etc.) en plekken (pleinen, natuur, openbare buitenruimte) Plak/Teken op de kaart de buurtinitiatieven Tekenen op de 'figuur-post-its' de mensen die volgens jou een bijzonder talent hebben. Gebruik 1 post-it per talent.
Stap 4	Ronde 2 Meerwaarde (5 min)	Welke plekken kunnen van meerwaarde zijn of zijn al van meerwaarde voor de buurt (geef dit met een kleur of sticker aan).
Stap 5	Ronde 3 Wat bindt ons (10 min)	Welke vieringen en tradities kent deze buurt (teken ze in). Spelen er thema's in de buurt die belangrijk zijn voor bewoners? En/of die voor verschillende groepen in de wijk van belang zijn?
Stap 6	Ronde 4 Typisch xxx buurt (10 min)	Wat zie je op de buurtkaart wat in ieder geval meegenomen moet worden in het maken van de sociaal-artistieke plannen voor de buurt?
Stap 7	Presenteren buurtkaart	1 of 2 personen blijven bij de eigen wijkkaart. De anderen gaan op bezoek bij de andere (groep)en en krijgen daar een korte toelichting. De groep kan vragen stellen ter verheldering.
Stap 8	Samenhang kaarten	Vragen aan de groep: <ul style="list-style-type: none"> • Waar zie je overeenkomsten? • Waar zie je verschillen? • Waar word je blij van? Waar zit energie op en zie je kansen voor de wijk? • Bepaal samen 1 - 3 thema's waar je verder mee aan de slag wil.

Carrousel

Etappe 1 **Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag**
Fase **Uitvoering**

De carrousel zet je in als je een thema of vraag wilt uitwerken met de groep. Door de groep op deze manier in beweging te brengen, wordt het proces dynamisch en levert het veel meer op dan dat het gedaan zou hebben als je een vraag of thema plenair introduceert en verkent. Bovendien is de werkvorm laagdrempelig. Je hoeft als deelnemer niet in de grote groep te praten maar kan dat in de veiligere setting van een kleine groep doen.

Doel

Delen van inzichten en ideeën in subgroepen

Opbrengsten

- Tijdwinst
- Goed voor de dynamiek van de sessie
- Verschillende aanpakken worden zichtbaar
- Deelnemers leren van elkaar

Benodigheden

- Papieren (flips) met stellingen / vragen
- Tafels
- Timer
- Schrijfmateriaal

Aandachtspunten

- Het aantal groepen bepaalt hoe vaak de groepen doorschuiven.
- De carrousel eindigt als de groepen weer zijn uitgekomen bij hun eerste flipover.
- De rondes nemen in duur af, naarmate de groepen verder komen in het proces.

Duur

40-70 minuten

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiden	Richt de ruimte in met verschillende tafels of muren rond verschillende thema's of vragen. Deel de groep op in kleine groepjes. En elke groep bij een andere tafel starten.
Stap 2	Idee uitwerken	Elke groep werkt het idee zo goed mogelijk uit. Alle onderdelen worden zo gedetailleerd mogelijk benoemd. Gebruik steekwoorden, slagzinnen en geen volzinnen. Schrijf op wat je bedenkt. Overleg met elkaar wat nog meer kan. De begeleider loopt rond. Geeft suggesties en beslist geen oordeel! Na 8 minuten sluit de begeleider deze ronde. Elke groep verlaat zijn flap en gaat naar de volgende flap, bijvoorbeeld rechts van hen.
Stap 3	Aanvullen	In deze ronde vullen de deelnemers het idee op de flap van de vorige groep aan met eigen ideeën, tips en suggesties. Na 7 minuten sluit de begeleider deze ronde. Elke groep gaat naar weer door naar de volgende groep. Deze ronde van aanvullen herhaal je tot de groepen bij hun op één na laatste flipover aankomen.
Stap 4	Checken op volledigheid	In deze ronde kijken de deelnemers naar de volledigheid van de flipover. Staat alles erop? Moet er nog iets bij? Deze ronde duurt 5 minuten. Elke groep gaat dan door de flipover waarbij ze is gestart.
Stap 5	Prioriteren, afronden en presenteren	Elke groep heeft zijn eigen flap weer terug. Het oorspronkelijke idee, aangevuld met ideeën, argumenten van andere groepen. De groep krijgt van de procesbegeleiders 5 stickers die ze kunnen plakken bij de ideeën en suggesties die het vaakst genoemd zijn en die volgens de groepen dus erg belangrijk zijn. De groep gaat dus prioriteren en vormt van alle prioriteiten de conclusie, die ze presenteert op een nieuwe flipover of verwerkt in een andere vorm van presentatie (gedicht, toneelstuk, act, lied, etc.). Na 15 minuten presenteren de groepen hun plan. Elke presentatie duurt maximaal 2 – 5 minuten. Alle deelnemers hebben de uitwerking al eerder gezien, maar nog niet in zijn geheel. In deze ronde mogen er korte vragen gesteld worden. Deze fase duurt maximaal 30 minuten.

Drieluik

Etappe 1
Fase

Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag
Uitvoeren

Het Drieluik volgt nadat de groep heeft bepaald met welke thema's ze aan de slag willen in de wijk. Deze methode kan worden gebruikt om voor de reisgroep duidelijk te krijgen hoe de huidige situatie op de gekozen thema's is en wat er nodig is om tot de gewenste situatie te komen.

Het Drieluik bestaat uit drie kolommen. In de linker kolom is de kop: hoe is de situatie over 6 maanden als er niks verandert en hoe zit iedereen er dan bij? (huidige situatie). In de middelste kolom is de kop: plan voor de toekomst (de weg ernaar toe). In de rechter kolom is de kop: Hoe zouden jullie je situatie willen zien over 6 maanden? (droom). Wat gunnen jullie de wijk en jullie zelf?

Deze methodiek is vooral waardevol voor mensen die behoefte hebben aan chronologie, continuïteit en een planmatige aanpak.

Doel

Vanuit een gezamenlijke droom te bepalen welke stappen we moeten nemen vanuit het hier en nu. Bepaald van tevoren welk thema je wil bespreken als groep.

Opbrengst

Door eerst te dromen en daarna te reflecteren op het heden is het makkelijker om de weg ernaartoe te bepalen. Door dit met de hele groep te doen, ontstaat een gemeenschappelijk referentiekader en krijgen mensen beeld bij wat ons te doen staat.

Benodigheden

- Flipovers
- Tape
- Stiften

Aandachtspunten

- Benadruk dat zoveel mogelijk tekeningen en symbolen gebruikt moeten worden, in plaats van woorden.
- Bij het uitleggen van de opdracht kun je op de flap de drieluik tekenen en in ieder luik schrijven wat er getekend moeten worden. Je kan dit ook vooraf maken en ophangen.
- Hang de drieluiken op aan de muur en laat ze terugkomen in een volgende activiteit of volgende bijeenkomst.

Duur

- Uitleg opdracht: 5 min.
- Maken Drieluik: 30 min.
- Bespreken: 5 min. per groep

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiding treffen	Hang 3 flip-overvellen aan de muur en schrijf alvast de titels bovenaan: huidige situatie – de weg ernaar toe – droom. Je kan er ook voor kiezen om met symbolen te werken.
Stap 2	Opdracht toelichten	Toelichting dat we starten met onze droom, dan kijken naar de huidige realiteit om vervolgens te komen tot wat er nodig is om de droom te realiseren. Geef ook aan om welk thema het gaat en check of dit voor iedereen helder is.
Stap 3	Droom Luik 3	Laat de deelnemers van gedachten wisselen over hun droom voor de buurt. Geef de opdracht om dit te tekenen of te schrijven in het derde vak de droom. (Wat zie je dan, wie zie je, wat gebeurt er, wat hoor je, wat lees je, wat in de wijk draagt bij aan deze droom, etc.)
Stap 4	Huidige situatie Luik 1	Teken in het eerste vak de huidige situatie van de buurt (Wat zie je nu, wie zie je nu, wat gebeurt er maar ook wat gebeurt er (nog) niet of mist er, wat is nodig, etc.)
Stap 5	De weg ernaar toe Luik 2	Teken in het tweede vak welke stappen we nemen om de droom te realiseren. Let op, bereideneer en teken vanuit de buurt. Dus wat moeten we samen doen om de droom te realiseren.
Stap 6	Drieluik presenteren	Iedere groep presenteert het drieluik. <ul style="list-style-type: none">• Andere groepen stellen verhelderende vragen.• Verdiepende vragen om eerste reacties op te halen zoals waar word je blij van, wat vind je verrassend, waar wil je graag verder over door praten?
Stap 7	Afspraken maken	Hoe gaan we dit verder brengen? Maak afspraken over acties die opgepakt moeten worden. Probeer acties zoveel mogelijk te beleggen bij de deelnemers met de evt. ondersteuning vanuit professionals.

Mind map

Etappe 1,2 Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag

Over de drempel: testen artistiek antwoord

Fase Alle fasen | basistool

Een mind map is een brainstormhulpmiddel waarmee je relaties tussen ideeën of de uitwerking van vragen rondom een bepaald thema kan visualiseren. Het is een tekening met in het midden de titel of het onderwerp van de bijeenkomst en daarom heen een cirkel getekend. Van daaruit worden lijnen getekend naar gerelateerde ideeën of antwoorden op je vraag.

Doelen

- Vastleggen van een brainstorm
- Om gedachten en ideeën visueel te maken

Opbrengst

Overzicht en structureren van de belangrijke ideeën tijdens een brainstorm. De werkwijze stimuleert de creativiteit waardoor de kans op vernieuwende ideeën groter is. Een mind map activeert het creatieve denken en je kunt informatie beter onthouden.

Benodigheden

- Flipover vellen (eventueel aan elkaar gemaakt)
- Gekleurde stiften
- Tape (om mind maps op te hangen)

Aandachtspunten

- Geef bij de toelichting een voorbeeld van een mind map indien er in kleinere groepen wordt gewerkt
- Gebruik grote vellen
- Laat eventueel associaties tekenen in plaats van schrijven
- Teken ieder cluster van associaties in 1 kleur
- Hang de mind maps op aan de muur

Duur

- Uitleg opdracht: 5 min.
- Maken mind map: 30 min.
- Bespreken: 5 min. per groep

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Materiaal klaarleggen of ophangen	Afhankelijk van groepsgrootte kan je de mind map met de hele groep maken of in subgroepen. Bij een grote groep zorg je voor een grote mind map die voor alle deelnemers goed te zien en te lezen is.
Stap 2	Opdracht toelichten	Geef een toelichting op de vraag of het onderwerp. Als er in groepen gewerkt wordt laat je een voorbeeld van een mind map (zie bijlage) zien. Geef de werkwijze aan (in midden onderwerp/thema, associaties noteren, verdieping aanbrengeen).
Stap 3	Mind map maken (tijd, gemiddeld zo'n 30 minuten)	Zet het onderwerp in de mind map en voeg de ideeën toe waarbij je duidelijke subthema's of onderwerpen noemt. Je kan er voor kiezen om ieder sub-thema een eigen kleur te geven.
Stap 4	Mind map bespreken	Bespreek de mind map. Dit kan in de grote groep zijn, of ook in de kleine groepen. De nabespreking draagt bij aan het vasthouden van de kennis.

Portfolio

Etappe 1 Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag en testen artistiek antwoord

Fase Uitvoeren

Gebruik je bij een bijeenkomst waarbij je een bepaald onderwerp wilt uitdiepen.

Doelen

- Om een totaalbeeld over een bepaald onderwerp te creëren
- Om deelnemers met elkaar te laten discussiëren over een bepaald onderwerp of om te werken aan een visie.

Opbrengst

Door eerst veilig in een kleine groep van gedachten te wisselen maakt het voor sommige mensen makkelijker om iets in te brengen in de grote groep. Zo hoor je ook de stem van de mensen die in een grotere groep niet zo snel iets zeggen. Het is ook een manier om mensen die lang van stof zijn eerst met elkaar te laten praten om daarna kort en kracht het resultaat van het buzzen in de groep terug te brengen.

Benodigheden

- Tijdschriften, vakbladen, stickers, kranten, etc.
- Grote kartonnen vellen
- Scharen, lijm, gekleurde stiften, wasco
- Tafel/wand om portfolio's op uit te stallen

Aandachtspunten

- Zorg voor voldoende gevarieerd knip- en plakmateriaal
- Maak een tafel met materialen waarin deelnemers kunnen snuffelen
- Variant: je kan ook deelnemers thuis een portfolio laten maken en ze uitnodigen dit mee te nemen naar de bijeenkomst. Deze kunnen dan gepresenteerd worden.

Duur

- Uitleg opdracht: 2 min.
- Maken portfolio: 30 min.
- Bespreken: 5 min. per portfolio

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Voorbereiding	Tafels klaarzetten, materialen uitstallen.
Stap 2	Opdracht geven	Maak een portfolio over het onderwerp (bijvoorbeeld de mooie plekken in de wijk).
Stap 3	Maken portfolio ondersteunen	Loop rond en geef tips. Zorg dat ieder zijn inbreng kan doen in de groep.
Stap 4	Portfolio's per groep bespreken	Stel eventueel nog wat informatieve vragen aan de andere groepen zoals, waar word je blij van of wat verrast je?

Vinden, benaderen en selecteren van kunstenaars

Etappe 1 Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag
Fase Uitvoering

Een sociaalartistieke praktijk staat en valt bij de inzet van één of meerdere aansprekende cultuurmakers die samen met de brongroep het sociaalartistieke avontuur vorm en inhoud geven.

Hoe kom je aan deze cultuurmakers?

Doel

De juiste cultuurmaker(s) selecteren voor als reisleader voor het sociaalartistieke avontuur

Opbrengst

- Het betrekken van de gekwalificeerde cultuurmaker is in de meeste gevallen een randvoorwaarde om het verschil te kunnen maken met voldoende verbeeldingskracht (d.w.z. een afgeronde kunstvakopleiding).
- Aantoonbare ervaring met sociaalartistiek werk strekt tot aanbeveling want dat maakt dat de cultuurmaker al ervaring heeft met regie voeren op 'de reis'
- Als een maker deze ervaring nog niet heeft probeer dan op een andere manier expertise 'in te vliegen' om de cultuurmaker daarop te coachen/ superviseren. Te beperkte verbeeldingskracht is moeilijker om op te vangen dan gebrek aan sociaalartistieke ervaring.

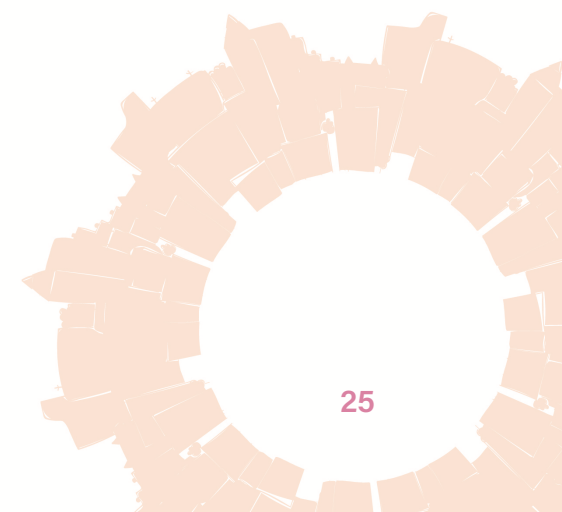
Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Profiel vaststellen	<ul style="list-style-type: none">• Meest ideaal is dat je eerst de maatschappelijke vraag vaststelt en het type artistieke antwoord dat daarbij past. Bij de verschillende type artistieke antwoorden passen verschillende type kunstenaars. Voor talentontwikkeling heb je een cultuurmaker nodig die artistieke skills kan overbrengen en veel ruimte geeft aan de brongroep zelf om de artistieke vertaling te maken (dus een 'docent' type). Bij verhalen vangen heb je een cultuurmaker met meer onderzoekende vaardigheden nodig die de artistieke vertaalslag in co-creatie meer zelf vormgeeft.• In stap 2 lees je meer over de juiste match tussen vraag en antwoord.
Stap 2	Oprichting formuleren	<ul style="list-style-type: none">• Maak een opdrachtbeschrijving met daarin kort de maatschappelijke vraag en het type artistiek antwoord dat gezocht wordt. Geef aan voor welke periode en een indicatie van beschikbare uren en/of budget. Kan getrapt: bijvoorbeeld eerst pilot van € 1.500 - 3.000 met eventueel vervolg van € 7.500 - 15.000. Het uurloon van een kunstenaar ligt in de regel tussen de € 60 en € 80 excl. Btw.. Beschrijf duidelijk hoe je de selectie gaat doen. Vraag om een beknopt plan en begroting.• Probeer de opdracht zo open mogelijk te formuleren zodat de cultuurmakers die reageren daar zelf ook nog wel een eigen draai aan kunnen geven. Je beperkt hen anders te veel in hun verbeeldingskracht. Laat je verrassen (maar wel binnen realistische kaders)• Betrek bij de opdrachtformulering ook zoveel mogelijk de brongroep en eventuele stedelijke partners die bij het project betrokken zijn (of waarvan je verwacht dat ze een rol zouden kunnen gaan spelen). Zie ook werving.• Het is vrij gebruikelijk om een 'open call' te verspreiden in je netwerk. Bedenk dat je dan ook wel de capaciteit moet hebben om alle inzendingen. Je kan ook eerst informeel binnen je eigen netwerk rondvragen wie je kan benaderen. Zorg dat je de cirkel dan wel groot genoeg maakt om voldoende kwaliteit te kunnen bereiken.
Stap 3	Werven	<ul style="list-style-type: none">• Werven kan op verschillende manieren. Het profiel kan richting geven welke culturele instelling je eventueel verder zou kunnen helpen. Docenten vind je bij het centrum voor de kunsten. Meer reflecterende kunstenaar bijvoorbeeld via de educatieve afdeling van een museum. Probeer eerst in je eigen omgeving wat de mogelijkheden zijn (o.a. vanwege borging, stap 4).• Als een locatie culturele instelling zelf geen mensen beschikbaar heeft kunnen ze misschien wel helpen bij de werving en het opdrachtgeverschap. Binnen je eigen gemeente zijn meestal onvoldoende sociaalartistiek vaardige kunstenaars aanwezig. Schroom daarom niet om wat breder te werven. Beter een kunstenaar die van ver komt die zich wel goed kan verbinden met de lokale context dan een 'kunstenaar uit de buurt' die deze verbinding niet kan maken.
Stap 4	Selecteren	<ul style="list-style-type: none">• Betrek bij de selectie bij voorkeur ook je brongroep en je partners. Dan kan je bijvoorbeeld als volgt doen:• Maak een 'longlist' van cultuurmakers die je wil benaderen en/of die gereageerd hebben. Vraag je brongroep en partners om hun top 3 te bepalen op basis van de beschikbare (online) informatie.

		<ul style="list-style-type: none"> • Nodig op basis van deze voorselectie ca 3 cultuurmakers uit om hun idee kort te komen pitchen. Zorg dat daar ook een vertegenwoordiging van de brongroep en relevante partners aanwezig is. Het blijft mensenwerk en een persoonlijke ontmoeting geeft in korte tijd heel veel extra informatie. • Als de cultuurmakers serieus tijd moeten steken in het schetsvoorstel en de presentatie is het niet ongebruikelijk om hen daar een vergoeding voor te geven (bv € 250). Ze houden auteursrecht op hun idee dus ga ook zorgvuldig om met de plannen van de cultuurmakers die afvallen.
Stap 5	Opdracht verstrekken	<ul style="list-style-type: none"> • Maak een overeenkomst van opdracht met de cultuurmaker of met de culturele instelling die de cultuurmaker bemiddeld. Ook hierbij is het de kunst om evenwicht te vinden tussen heldere prestatieafspraken en ruimte bieden voor procesmatige invulling van het aanstaande avontuur. Een belangrijke valkuil van sociaalartistiek werk is dat het tijdsintensief is en ook al snel meer uren kost dan vooraf voorzien. Maak daar duidelijke afspraken over (bijvoorbeeld aangenomen werk met alleen uitbreiding indien vooraf in samenspraak overeengekomen)

Support

Voor meer informatie over sociaalartistiek werk in Limburg en advies bij het werven en begeleiden van cultuurmakers kan je contact opnemen met [Cultuurinslag](#), platform voor sociaalartistiek werk in Noord- en Midden-Limburg. In Gelderland is dat [Cultuur Oost](#).



Competenties van een sociaalartistieke kunstenaar

Bij de selectie kan je naast de eisen vanuit de specifieke context ook gebruik maken van meer algemene competentie profielen. Voor de uitvoering van sociaalartistieke projecten zoeken we kunstenaars die cultureel ondernemerschap weten te combineren met maatschappelijk engagement. Een regiekunstenaar is artistiek, ondernemend en maatschappelijk geëngageerd:

Artistiek: de kracht van verbeelding is wat een sociaalartistiek project een kunstproject maakt en wat maakt dat het project kan bijdragen aan maatschappelijke verandering. Op grond van deze kwaliteit onderscheidt sociaalartistiek werk zich van sociaal-cultureel werk, van amateurkunst en van andere (culturele) burgerinitiatieven zonder artistiek meesterschap. Culturele activiteiten met een reproductief en creatief karakter zijn waardevol om sociale cohesie binnen bestaande culturele verhoudingen te bestendigen (bonding), maar bieden weinig aanknopingspunten voor het overwinnen van culturele verschillen (bridging) en social design: het experimenteren met (en ontwerpen van) fundamenteel nieuwe culturele en sociale verhoudingen.

Ondernemend: kunstenaars zijn makers, gaan gelijk aan de slag en doen dat uit een eigen engagement, een innerlijke drive. In zowel stagnerende als te turbulente situaties kan dat heel heilzaam werken omdat kunstenaars kunnen verbeelden hoe iets anders kan worden en kunnen 'voorleven' hoe je dat kunt doen. In veel community arts projecten zie je dat de kunstenaar 'gewoon' begint en al doende zowel de deelnemers en als de professionele infrastructuur daar in mee trekt en tot slot mede-eigenaar maakt. Wachten tot alle condities voor je geregeld zijn, is geen optie. Kunst is juist een motor van verandering!

Geëngageerd: de kunstenaar moet dan zelf gefascineerd zijn door het maatschappelijk tekort waar de brongroep mee worstelt, en bereid zijn zich daarvoor te verdiepen en te verbinden met de leefwereld van de betrokkenen. Dat kan een situatie zijn van stagnatie waarbij een brongroep in een impasse zit of een situatie van ongekende turbulentie. Kunstenaar en brongroep moeten in de opbouw van een project het gevoel krijgen dat ze samen het verschil kunnen gaan maken.

Bij het zoeken van de geschikte cultuurmaker zijn we dus op zoek naar kunstenaars die uit hun eigen sociale 'bubbel' willen en kunnen komen om zich met de context en prioriteiten van de brongroep te kunnen verbinden om samen een sociaalartistiek avontuur te gaan. Kunstenaars die (nog) niet vertrouwd zijn met sociaalartistiek werk kunnen daarbij bang zijn dat dit ten koste gaat van hun artistieke autonomie. Maar een sociaalartistieke maker is in zijn/haar verbeeldingskracht niet minder autonoom dan een reguliere kunstenaar. Hun artistieke procedé is precies hetzelfde als bij een galeriekunstenaar: ze doen onderzoek naar bronnen, selecteren daarin en komen tot een verbeelding. Alleen gaan ze niet enkel te rade bij hun eigen bronnen of bij de kunstgeschiedenis, ze betrekken ook bronnen van specifieke gemeenschappen bij hun onderzoek, hun selectie en vaak ook de finale verbeelding.

Omdat de cultuurmaker tegelijk ook regie voert om sociale en maatschappelijke processen zijn de competenties in het schema hiernaast ook van belang:

<p>🔍 Analytisch vermogen Bij vraagstukken die de OR behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Doordringen tot de kern van een probleem • Hoofd- en bijzaken onderscheiden • Verbanden zien en de rode draad ontdekken 	<p>🌐 Omgevingsbewustzijn</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actief volgen van ontwikkelingen binnen en buiten de organisatie. • Inschatten van gevolgen van deze ontwikkelingen voor de organisatie en het personeel • Vertalen van deze ontwikkelingen naar thema's voor de OR 	<p>❓ Oordeelsvorming</p> <ul style="list-style-type: none"> • Een mening vormen op basis van de juiste informatie • Een situatie vanuit meerdere gezichtspunten bekijken • Meningeën onderbouwen met argumenten
<p>🌟 Netwerken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contacten leggen met personen binnen en buiten de organisatie • Onderhouden van deze contacten • Benutten van deze contacten voor het behalen van doelen van de OR 	<p>🗨️ Levelvaardigheid</p> <ul style="list-style-type: none"> • Effectief communiceren met diverse gesprekspartners in de organisatie • Aansluiten op je gesprekspartner en zijn vertrouwen winnen; luisteren en doorvragen • Overbruggen van verschillen in niveau en achtergrond met je gesprekspartner 	<p>🗣️ Overtuigingskracht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eigen standpunt presenteren op een manier die de ander aanspreekt • Mensen mee krijgen • Weerstand overwinnen en draagvlak creëren
<p>🎯 Resultaatgerichtheid</p> <ul style="list-style-type: none"> • SMART doelen stellen in het OR-werk. • De juiste acties ondernemen om deze doelen te bereiken • Voor de OR de juiste dingen doen en geen tijd verliezen aan overbodig werk 	<p>🤝 Samenwerken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Andere OR-leden ondersteunen en feedback geven • Inbreng vragen van anderen en hun kwaliteiten benutten • Actief je eigen kwaliteiten inbrengen en je houden aan gemaakte afspraken 	<p>📌 Organisatievermogen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Doelen van de OR vertalen naar werkplannen met concrete activiteiten • Coördineren van de bijdragen van diverse mensen aan een taak • Overzicht houden, de voortgang bewaken en zo nodig bijsturen
<p>🏠 Organisatiesensitiviteit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aanvoelen wat leeft in de organisatie • Weten hoe de hazen lopen in de organisatie en daarop inspelen • Effecten van OR-acties op anderen in de organisatie goed inschatten 	<p>🔄 Onderhandelen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eigen belangen en doelen helder voor ogen houden • Aandacht tonen voor belangen en doelen van de ander • Actief oplossingen zoeken die voor alle partijen aanvaardbaar zijn 	<p>👥 Groepsgericht leiderschap</p> <ul style="list-style-type: none"> • Richting en sturing geven aan de OR of aan een commissie • Mensen in beweging brengen • Inspireren en coachen van de teamleden

Wijkwandeling

Etappe 1 Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag
Fase Uitvoering

Samen de wijk in. Op zoek naar belangrijke plekken en contactmomenten in de wijk. Omdat we op zoek zijn naar dat wat goed is in de wijk, zetten we een roze bril op. Dat verandert onze kritische blik naar een open blik, die kansen en haakjes ziet.

Doel

Om te laten zien hoe belangrijk het is om persoonlijk de wijk in te gaan om plekken en situaties van lokaal belang te observeren en erover te praten.

Opbrengst

- Een wandeling maken heeft als grote meerwaarde naast het positieve effect op lichaam en geest dat mensen makkelijker in gesprek komen over hun wijk.
- De wijkwandeling levert gedetailleerder beeld over de wijk (sfeer, plekken, situaties, mensen, etc.) op en vult op die manier aan op de wijkkaart.

Benodigheden

- Flipover met daarop opdracht
- Stiften
- Kaartjes met daarop route en opdracht
- Indelen van groepen vooraf of samen met de groep zelf
- Roze brillen (optioneel)
- Polaroid camera's die gevuld zijn met kaartjes

Aandachtspunten

Niet iedereen is makkelijk ter been. Denk na over alternatieven voor deze reisgenoten. In Venray heeft een deelgroep een alternatieve route gelopen maar ook er zijn ook andere mogelijkheden. Bespreek met de reisgroep hoe jullie dit willen oplossen.

Duur

1,5 – 2 uur

Aanpak

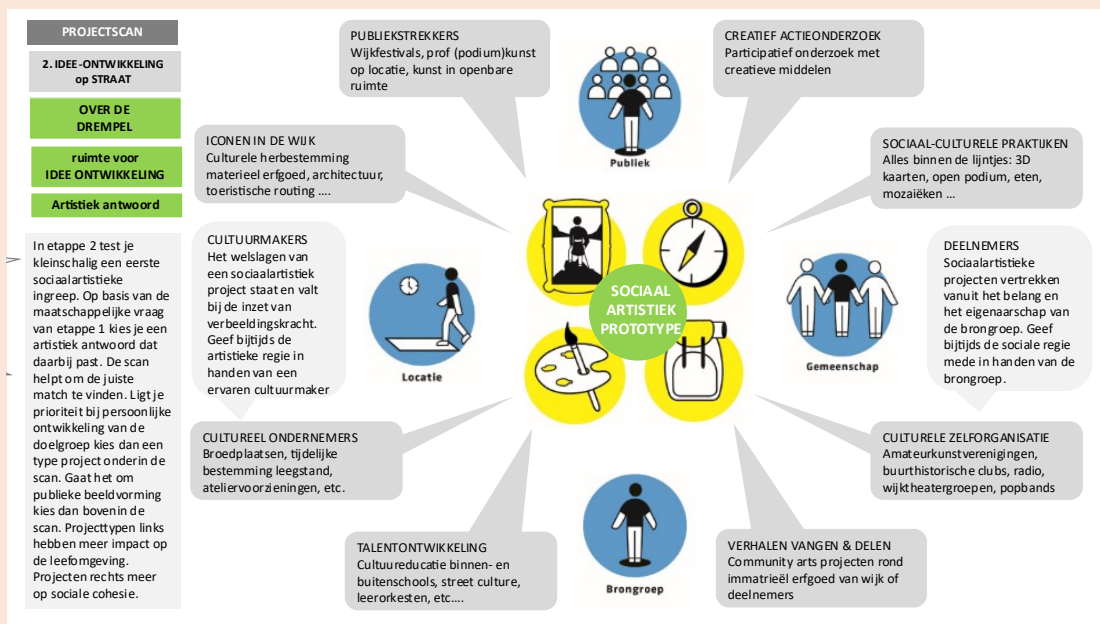
Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiden	Zorg dat je vooraf of later, samen met de groep, de route(s) bepaalt voor de wijkwandeling(en).
Stap 2	De wijk in	<ul style="list-style-type: none">• Deelnemers gaan met elkaar of in subgroepen de wijk in. De kunstenaar loopt mee.• Iedere groep krijgt een polaroid camera mee en een roze bril mee. De roze bril zorgt voor een nieuwe kijk op de wijk: kijken vanuit kansen.• Geef iedere groep de opdracht op een kaartje mee. <p>Voorbeeldopdrachten:</p> <ul style="list-style-type: none">• Maak foto's met de polaroidcamera van dingen waar je blij van wordt: mooie plekjes in de wijk, mensen, bijzondere ontmoetingen, dieren, een huis met prachtige voortuin of kunst in de wijk, die ene mooie boom, etc.• Maak foto's van de kansen die je ziet in de wijk: waar zie je kansen om de wijkbewoners met elkaar te verbinden, de wijk nog mooier te maken zodat mensen elkaar leren kennen en trots zijn op hun wijk, of waar het talent van buurtbewoners zichtbaar gemaakt.
Stap 3	Opbrengst bespreken	<ul style="list-style-type: none">• Na terugkomst van wandeling, hang je de foto's op aan de waslijn.• Tijd voor koffie• Iedere groep krijgt tijd om foto's kort toe te lichten en te duiden waar de foto's over gaan (thema's benoemen, zoals groene wijk, schone wijk, speelse/spelende wijk, verhalen van de wijk, sociale wijk, etc. Je kunt ook eigen thema's kiezen.
Stap 4	Vragen en reacties verzamelen	<ul style="list-style-type: none">• Vraag naar en verzamel de reacties van kunstenaars en bewoners. Als procesbegeleider houd je bij wat gezegd wordt en schrijf je dat op een flip-over. <p>Voorbeeldvragen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Wat zien jullie of wat valt op als jullie kijken naar de clusters?• Waar worden jullie enthousiast van?• Waar krijgen we mensen mee in beweging? Kan van alles zijn, een thema (zoals groene wijk) of een plek..... <ul style="list-style-type: none">• Laat bewoners en kunstenaars stickers plakken bij de thema's/plekken die ze verder willen uitwerken.

2. Over de Drempel

In deze tweede etappe test je kleinschalig een eerste sociaalartistieke interventie in de leefomgeving. Op basis van de maatschappelijke vraag van Etappe 1 kies je in Etappe 2 een artistiek antwoord dat daarbij past.

2.1 Plan van aanpak: testen artistiek antwoord

De projectscan helpt om de juiste match te vinden. Ligt je prioriteit bij persoonlijke ontwikkeling van de doelgroep, kies dan een type project onder in de scan. Gaat het om publieke beeldvorming, kies dan een projecttype boven in de scan. Projecttypen links in de figuur hebben meer impact op de leefomgeving. Projecten rechts in de figuur meer impact op sociale cohesie.



Zo ziet de projectscan er bij etappe 2 uit:

Het slagen van een sociaal-artistiek project staat en valt bij de inzet van verbeeldingskracht. Geef bijtijds de artistieke regie in handen van een ervaren **cultuurmaker**. In de eerste etappe kan deze eventueel al zijn betrokken en/of geselecteerd maar kan de regie op het proces ook nog in handen zijn van een sociaal werker. In deze tweede etappe is het van belang dat de artistieke regie op het proces in handen komt van de cultuurmaker. In de methodiekbeschrijving staat hoe je cultuurmakers kunt benaderen en selecteren. Het type cultuurmaker dat je zoekt is ook sterk afhankelijk van het type sociaal-artistieke project dat past bij de beoogde effecten van je actie.

Een sociaal-artistiek project vertrekt vanuit het belang van de brongroep en betreft ook zo snel mogelijk **medestanders** en **'tegenstanders'** in het avontuur. De eerste echte pilot in deze etappe is dus ook echt bedoeld om te testen wie er daadwerkelijk instapt en op welke voorwaarden. Maak daar de brongroep ook echt medeplichtig in zodat je samen kan ervaren, bijsturen en evalueren of en hoe de actie het meest effectief doet wat het moet doen.

Acht typen sociaal-artistische praktijken

In de projectscan zie je acht type sociaal-artistische praktijken die allemaal een andere betrokkenheid van deelnemers impliceren en een andere impact hebben op de omgeving. Op basis van Etappe 1 heb je een eerste indicatie wat je maatschappelijke vraag is. In Etappe 2 kies en test je wat daar het beste artistieke antwoord op kan zijn. De scan laat zien in welke hoek je die kunt zoeken. In de praktijk zijn er natuurlijk nog meer gradaties en kun je ook voor bepaalde combinaties kiezen. Sluit zo veel mogelijk aan op wat er al is maar weet wel waarom! Belangrijkste is dat je aan de hand van de scan in gesprek gaat over welke keuzes je maakt en waarom je denkt dat je daarmee het doel kan bereiken: je werkt bewust aan een 'veranderstrategie'.

1) Verkenning en oriëntatie

- a) **Sociaal-culturele praktijken:** alles binnen de lijntjes: 3D kaarten, open podium, eten, mozaïeken etc. Laagdrempelig instappen voor deelnemers van buiten en prima ingang voor meer creatieve werkvormen en sociaal-artistische processen.
- b) **Creatief actieonderzoek:** Participatief onderzoek met creatieve middelen. Sterke relatie naar de gemeenschap en sociale cohesie. Samen op avontuur om maatschappelijke thema's te bepalen en artistieke antwoorden te testen.

2) Organisatie en idee-ontwikkeling

- a) **Culturele zelforganisatie:** Amateurkunstverenigingen, buurthistorische clubs, radio, wijktheatergroepen, popbands. Sterke relatie met de gemeenschap en vormen van zelforganisatie met inbreng van eigen middelen en sociaal vermogen. Relatief duurzaam maar niet zelden behoudend en moeilijk toegankelijk voor 'buitenstaanders.' Uiteraard wel een mooi sociaalartistiek avontuur om dat dan open te breken.
- b) **Verhalen vangen & delen:** Community arts projecten rond immaterieel erfgoed van de wijk of deelnemers. Sterke relatie met de brongroep en de voor haar urgente thema's met inbreng van eigen cultureel kapitaal. Vaak meer sociale en inhoudelijke dan artistieke betrokkenheid van de brongroep. Maakt het ook wel laagdrempelig.

3) Maken en realiseren

- a) **Talentontwikkeling:** Cultuureducatie binnen- en buitenschools, street culture, leerorkesten, etc. Sterke relatie met de brongroep maar niet automatisch gelieerd aan maatschappelijke thema's. Vaak meer artistieke betrokkenheid dan inhoudelijk en organisatorisch. Kan daar wel in door ontwikkelen. Sterk gericht op persoonlijke ontwikkeling met vaak ook een fysieke component (vereist bepaalde fysieke voorzieningen – materialen en een plek)
- b) **Cultureel ondernemers:** Broedplaatsen, tijdelijke bestemming leegstand, ateliervoorzieningen, etc. Sterke relatie met meer professionele makers die – in geval van sociaalartistieke praktijken – vaak gevraagd worden om zich ook met de brongroep in hun omgeving te verbinden. Heeft ook directe relatie met de fysieke leefbaarheid met als valkuil - en eventueel exces - 'gentrificatie' ten nadele van de brongroep.

4) Presenteren en oogsten

- a) **Iconen in de wijk:** Culturele herbestemming materieel erfgoed, architectuur, toeristische routing etc. Sterke relatie met de fysieke omgeving en leefbaarheid. Sterke relatie met de fysieke leefomgeving, leefbaarheid en 'waarde maken' in een wijk of dorp. Wel van belang hoe een dergelijk icoon vervolgens 'geladen' wordt.
- b) **Publiekstrekkers:** Wijkfestivals, professionele (podium)kunst op locatie of in gevestigde instellingen, kunst in openbare ruimte etc. Sterke relatie tot publiek en beeldvorming in het publieke domein.

Op naar Etappe 3

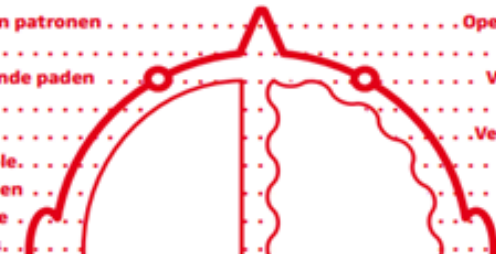
Op basis van de eerste test in Etappe 2 weet je alweer veel meer over je brongroep, het thema dat speelt in de leefomgeving en de andere spelers. Gebruik deze ervaring om samen verder koers te bepalen. Gaan we nu op grotere schaal door met hetzelfde project of hebben inmiddels een ander idee. Zat er geen andere vraag achter onze maatschappelijke vraag en past daar niet een beter en ander artistiek antwoord op? Kunnen en willen we dat nog grotere avontuur echt wel aan? Hebben we voldoende medestanders? Wat hebben we er verder nog bij nodig? Met een leerzame testfase heb je natuurlijk ook mooi materiaal om met andere stakeholders te delen en hen te verleiden om medeplichtig te worden. Het is nu tijd voor Etappe 3!

Linker en rechter modus

Om het verschil tussen sociale - en artistieke kwaliteit aan te duiden wordt vaak verwezen naar de eigenschappen die aan de linker- en rechterhersenhelft worden toegeschreven.

In bovenstaand figuur zijn een aantal karakteristieken van de linker en rechtermodus tegenover elkaar gezet. Andere polariteiten die we in dit kader nog kunnen noemen: probleemgericht/kansgericht, denken/doen, lineair/holistisch, analytisch/synthetisch, logisch/intuïtief, tijdgebonden/tijdloos. Neurologisch gezien ligt dat nog wel wat genuanceerder maar het is hoe dan ook een krachtige metafoor met polariteiten die herkenbaar zijn in de sociaalartistieke praktijk. Cultuur, de manier waarop wij onze dagelijkse werkelijkheid betekenis en zin geven, is in feite een linker modus kwaliteit. Kunst reflecteert daarop en torent daaraan vanuit een rechtermodus kwaliteit. De ontregelende kracht van de rechtermodus is dat oude patronen kunnen worden losgelaten en er ruimte ontstaat met verbeeldingskracht een nieuwe werkelijkheid te creëren. De ordenende kracht van de linkermodus is dat deze ervoor kan zorgen dat die nieuwe werkelijkheid ook gereproduceerd kan worden en kan bestendigen in nieuwe patronen.

De polariteit tussen linker- en rechtermodus is tegelijk de kracht en de zwakte van sociaalartistieke praktijken. Daar waar het sociale domein en het artistieke domein elkaar ontmoeten – zoals cultuurmakers en sociaal werkers - kunnen linker- en rechtermodus eigenschappen zo ver uit elkaar liggen dat het samenspel niet van de grond komt en omslaat in irritatie en onbegrip. De kunst van sociaalartistiek werk is juist om de synergie tussen deze kwaliteiten te onderkennen en die productief aan te wenden in het losmaken en weer borgen van een veranderingsproces.



Orde en patronen	Open minded
Logica	Gevoel
Gebaande paden	Verkennen
Veilig	Risico
Feiten	Verbeelding
Controle	Loslaten
Woorden	Beelden
Theorie	Praktijk
Kennis	Ervaring

2.2 Methodieken voor etappe 2

In deze paragraaf vind je onder andere de methode 'mobiliseren van extra helpers en reisgenoten waarbij de pioniersgroep zelf langs de deuren gaat. Je vindt een format voor de beschrijving van de eerste sociaal-artistieke pilot. In deze fase kun je eventueel ook met een kernkwadranten analyse ontdekken welke kwaliteiten en gevoeligheden je binnen de groep hebt en hoe je die optimaal samen kunt laten gaan. Tot slot kun je met de SWOT-methode de resultaten van de eerste pilot evalueren.

Reisgroep belt aan | extra helden en helpers mobiliseren

Etappe 2 Over de drempel
Fase mobiliseren

In Etappe 1 belt de beroepskracht en/of reisleader aan bij bewoners en vormt de reisgroep zoals die nu is. Deze eerste reisgroep heeft de maatschappelijke vraag helder gemaakt en wil nu op zoek naar een sociaal-artistisch antwoord dat daarbij past. Om verschil te kunnen maken in de wijk, echt verandering te brengen in de maatschappelijke vraag, hebben we een grotere reisgroep nodig: veel handjes, kennis en kunde die verbinding en verbeelding kunnen optimaliseren. Je wilt daarom zoveel mogelijk bewoners betrekken en mobiliseren.

Doelen

- Verbreden reisgezelschap
- Versterken gesprekskwaliteiten en ontwikkelen zelfvertrouwen en lef van reisgenoten

Opbrengst

Grote reisgroep en veel handjes, kennis en kunde aanwezig om verschil te gaan maken in de wijk.

Aanpak

Als pionier sta je aan de voordeur van een andere bewoner. Wat spannend om aan te bellen! Hieronder een paar tips:

- Een goede beginvraag is laagdrempelig en is open. Start met vragen die beginnen met 'wie', 'wat', 'welke', 'waar' en 'wanneer'. Bijvoorbeeld: "Wanneer bent u hier komen wonen?" of "Met wie heeft u contact in de buurt?". Maar het kan ook gaan over de hond of het weer. Probeer een haakje te vinden voor het aanknopen van het gesprek over de actie waar je voor komt.
- Benadruk dat je niet iets komt vragen of halen. Je komt iets brengen. We weten uit ervaring dat een cadeautje snel de deuren en harten opent van mensen. Breng dus een kleinigheidje mee om weg te geven. Bv een stokroosstekkie in een groenactie of een koekje in een lekker-eten-actie.

Benodigheden

- Een helder verhaal, vooraf uitgewerkt
- Een presentje
- Eventueel:
 - [Aankaartspel van de Vrijstaat](#)
 - [Placemats en wijkwaardekaarten van de HAN](#)

Duur

Per deurgesprek minimaal half uur

Smart doelen stellen

Etappe 2 Over de drempel
Fase Evalueren

Met deze methode kun je vage wensen duidelijk en meetbaar maken. Hiermee vergroot je de kans gestelde doelen daadwerkelijk te bereiken en dat de reis een succes wordt. Als je doelen specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden opzet weet je precies waar je naartoe werkt, wat de stip op de horizon is.

Doelen

- Vage wensen duidelijk en meetbaar maken
- Richting geven

Opbrengst

- Gezamenlijke stip op de horizon
- Het is duidelijk wanneer een resultaat bereikt moet zijn

Benodigheden

- Groot vel papier (brown paper) of sticky wall of whiteboard of flipover
- Tape om papier te bevestigen
- (Post its in verschillende kleuren)
- Stiften

Aandachtspunten

- Zorg ervoor dat je cijfers ook kunt meten
- Stel realistische doelen, niet te makkelijk maar ook niet te moeilijk
- Blijf flexibel, let op dat de kaders niet beperkend werken in creativiteit en vrijheid

Duur

- Uitleg: 5 minuten
- Uitvoering: 25 minuten

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Voorbereiden	Leg materialen klaar. Hang een groot vel papier op of gebruik een sticky wall.
Stap 2	Doelen opschrijven S=specifiek	Laat deelnemers per post-een doel zo specifiek mogelijk omschrijven en verzamel deze op de sticky wall of papier. Of schrijf ze op een whiteboard of flipover. Bespreek hierna gezamenlijk de volgende stappen.
Stap 3	Doelen meetbaar maken M= meetbaar	Maak een doel meetbaar door er een cijfer of percentage aan te koppelen.
Stap 4	Doelen accepteren A=accepteren	Iedereen moet akkoord gaan met het doel. Wie zijn dat allemaal? Met wie/welke stakeholders moet je in gesprek?
Stap 5	Doelen haalbaar maken R=realistisch	Een realistisch doel is haalbaar. Hoe maak je je doel haalbaar? Wat is realistisch?
Stap 6	Deadline bepalen T=tijdgebonden	Wanneer moet het doel gerealiseerd zijn?
Stap 7	Doel uitschrijven	Schrijf het doel uit met alle SMART elementen
Stap 8	Evaluen en afronden	Evalueer de aanpak en uitkomsten.

Kernkwaliteiten en kernkwadranten

Etappe 2,3 Het verschil maken
Fase Uitvoeren

In een kernkwadrant zet je kernkwaliteiten, valkuilen en allergieën in een schema.

Kernkwaliteiten zijn specifieke sterktes die iemand kenmerken. Kwaliteiten kunnen ook valkuilen zijn als je erin doorschiet. Dan wordt het je zwakte. Iedereen heeft kernkwaliteiten én valkuilen. Maar ook allergieën en valkuilen. Schiet een ander door in zijn kwaliteit dan kan dat bij een ander een allergie opwekken (die weer te maken heeft met zijn of haar kwaliteit). De andere heeft dan een uitdaging om met deze allergie om te gaan. Die allergie raakt immers jouw kwaliteit of valkuil.

Doel

Een kernkwadrant is een goede manier om eigen sterke en zwakte punten helder te krijgen en een veelgebruikte methode om conflicten met anderen te analyseren.

Opbrengst

Inzicht in de interactie tussen personen (persoonlijkheidstypes).

Benodigheden

- Afhankelijk van de methode
- Lijst met kernkwaliteiten, valkuilen, allergieën en uitdagingen ([zie bijlage](#))

Aandachtspunten

Wees zorgvuldig in het benoemen van uitdagingen. Dit is geen taalkundige kwestie. Bijvoorbeeld: geduldig zijn is iets anders dan afwachtend.

Duur

Afhankelijk van de methode

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1		

Hoe willen jullie deze methode uitvoeren? Met een groep of doet ieder dat voor zich?

Dat maakt wel wat uit voor de aanpak.

Je kunt bij verschillende kwadranten 'instappen':

Begin met het inventariseren van je sterke punten en werk deze uit via de valkuil, de uitdaging en de allergie, zoals in het voorbeeld.

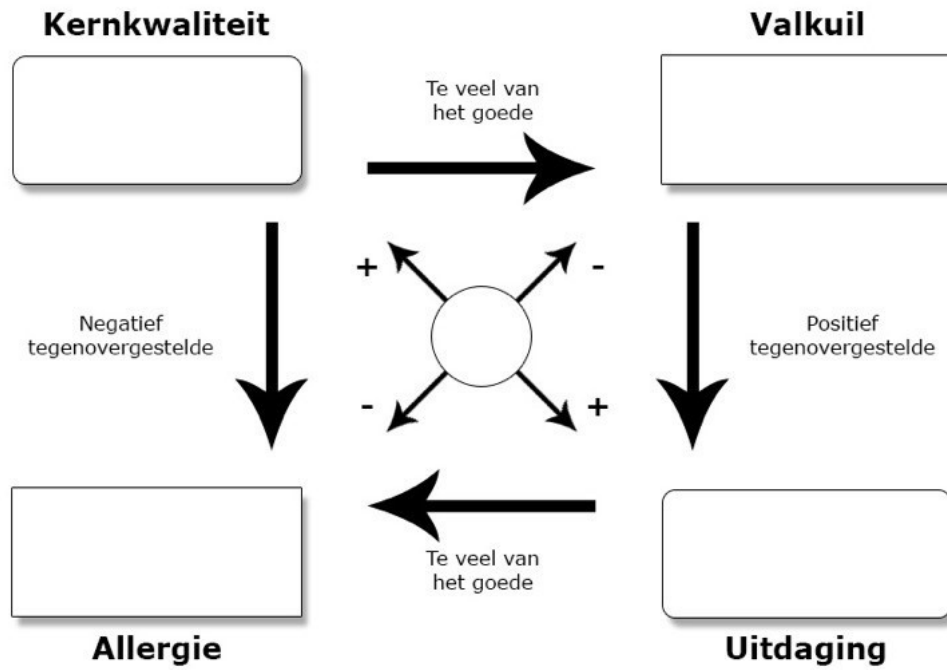
Begin met je uitdagingen, redeneer terug naar je valkuil en herken de kwaliteit die erachter zit. Een mooie methode om te gebruiken als voorbereiding op een functioneringsgesprek?

Vraag vrienden, familie of collega's naar je valkuilen. Ze weten er vast wel een aantal op te noemen. Werk terug van valkuil naar kwaliteit en ontdek vervolgens jouw uitdagingen en allergieën.

Stoor je je mateloos aan die collega? Kijk ook eens naar de kwaliteit die erachter zit en wat je ervan kunt leren.

Daarmee kun je ook een uitdaging, valkuil en kwaliteit bij jezelf ontdekken. Het is een aanrader om eens samen met je collega's kernkwadranten op te stellen en openlijk allergieën te bespreken. Zo kun je de samenwerking verbeteren.

Schema voor kernkwadranten



SWOT-analyse

Etappe 2 Over de drempel
Fase Evalueren

Een SWOT-analyse is een strategische planningsmethode. SWOT staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats. Kansen en bedreigingen uit de buitenwereld worden systematisch afgezet tegen sterke en zwakke punten van een organisatie (de reis). Kansen en bedreigingen hebben invloed op de reis. Ze zijn een gegeven hier moet je mee omgaan, je kunt ze niet beheersen. Sterktes en zwaktes zijn eigenschappen van de reis, hier heb je invloed op. Een goede SWOT-analyse richt zich op de doelgroep

Doel

Interne sterktes en zwaktes optimaal afstemmen op kansen en bedreigingen uit de buitenwereld

Opbrengst

- Inzicht in kansen en bedreigingen
- Strategische opties bepaald

Benodigheden

- Groot vel papier (brown paper) of sticky wall
- Whiteboard of flipover
- Tape om papier te bevestigen
- Post its in verschillende kleuren
- Stickertjes
- Stiften

Aandachtspunten

- Benoem maximaal 3 elementen in elke categorie, kies elementen die in ogen van de doelgroep het meest onderscheidend zijn
- Formuleer deze elementen zo concreet mogelijk
- Probeer verschillende interne en externe deskundigen te betrekken

Duur

30 – 45 minuten

Aanpak

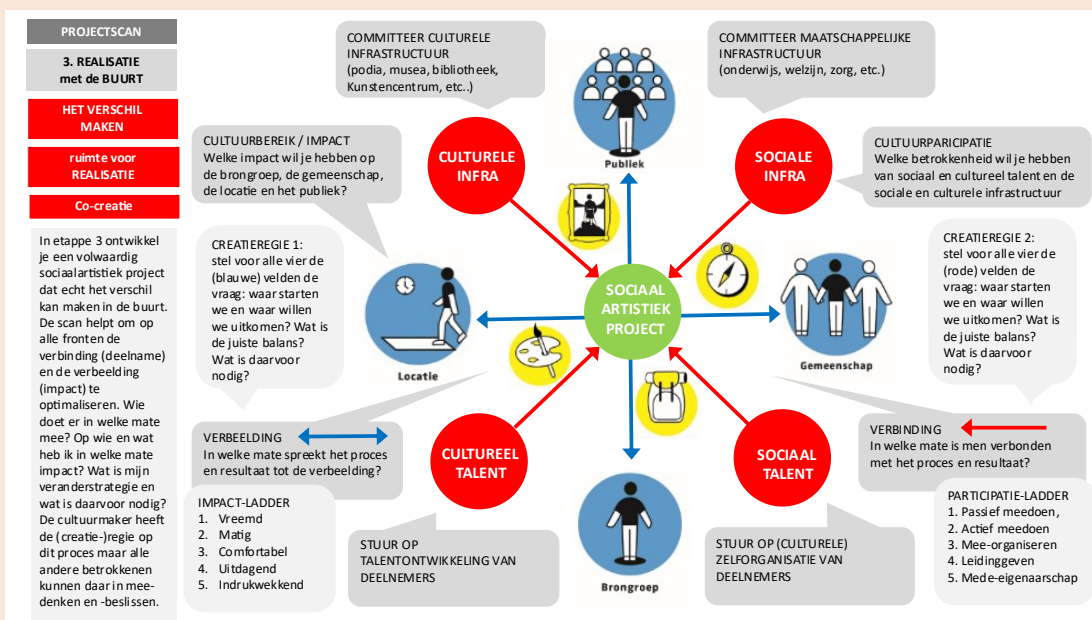
Stap	Wat	Hoe				
Stap 1	Voorbereiden	Leg materialen klaar. Hang een groot vel papier op of gebruik een sticky wall, verdeel deze in 4 vakken. <table border="1"><tr><td>Sterkten</td><td>Zwaktes</td></tr><tr><td>Kansen</td><td>Bedreigingen</td></tr></table>	Sterkten	Zwaktes	Kansen	Bedreigingen
Sterkten	Zwaktes					
Kansen	Bedreigingen					
Stap 2	Verzamelen sterkten, zwaktes, kansen en bedreigingen	Laat deelnemers per post-it sterkten, zwaktes, kansen en bedreigingen noteren en verzamel deze op de sticky wall of papier.				
Stap 3	Scoren sterkten, zwaktes, kansen en bedreigingen	Deel stickers uit een laat deelnemers stickers plakken bij de post-its die volgens hem of haar het meest relevant zijn. (Confrontatiematrix).				
Stap 4	Confrontatiematrix bespreken	Bespreek en onderstreep wat het meest opvalt in de confrontatiematrix.				
Stap 5	Strategie bepalen	Kies samen een strategie voor het uitvoeren van de volgende fases van je project en schrijf deze op een flipover of whiteboard.				
Stap 6	Evaluren en afronden	Evalueer de aanpak en uitkomsten.				

3. Het verschil maken

In deze derde etappe ontwikkel je een volwaardig sociaal-artistiek project dat echt het verschil kan maken in de buurt. In Etappe 3 staat co-creatie centraal.

3.1 Plan van aanpak: samen aan de slag

De projectscan helpt om op alle fronten de verbinding (deelname) en de verbeelding (impact) te optimaliseren. Wie ga je betrekken en wie doet in welke mate mee? Op wie en wat heeft het project impact en in welke mate? Wat is de veranderstrategie en wat is daarvoor nodig? De cultuurmaker heeft de (creatie-)regie op dit proces maar alle andere betrokkenen kunnen daarin meedenken en -beslissen.



Zo ziet de projectscan er bij etappe 3 uit:

We gaan weer even terug naar de metafoor van de vijver. We willen we dat alle spelers binnen ons avontuur nu echt in de vijver springen en het spel mee gaan spelen. Daarbij moeten we ons van alles afvragen. Hoe verleiden wij hen om te springen? Hoe ver en diep willen we dat ze gaan? Welke trofee spreekt tot de verbeelding? Welke obstakels zorgen voor de gewenste verbinding? Hoe goed kunnen ze al zwemmen? En hoe leren ze wat ze nog niet kunnen? Maken we voldoende golven om impact te kunnen maken op de wal? Ook daarbij helpt de projectscan om koers te bepalen. De stuurmanskunst die daarbij komt kijken noemen we creatieregie. We sturen primair op twee waarden: verbeelding en verbinding.

Creatieregie 1: cultuurbereik door verbeelding (blauw)

Impact: Welke impact wil je hebben op de betrokken brongroep en gemeenschap, de locatie en het publiek? Afhankelijk van het type project en het type deelnemers en locatie zal die mix heel verschillend zijn.

Verbeelding: Hoe spreek ik bij de start zo tot de verbeelding dat alle beoogde spelers het avontuur aangaan, in de vijver springen en het spel met de bal gaan spelen? Hoe zorg ik dat het resultaat zo tot de verbeelding spreekt dat ik ook bij de eindpresentatie mensen weet te 'raken' en locaties weet te transformeren zodat ik de gewenste impact maak?

1. **Brongroep:** de brongroep heeft over het algemeen niet alleen het grootste belang bij de actie maar ook de meeste koudwatervrees. Ze betreden de arena van het project (in Venray het Straat-en wijkmuseum en #MeerKleurInGroen) als relatieve buitenstaanders in een wereld van gevestigden. Het avontuur bestaat eruit dat ze zich uiteindelijk ook een positie verwerven in die wereld. Op de weg daar naartoe kan het helpen om op te trekken met sociale en artistieke professionals. Laat dat dan wel een gezamenlijk en gelijkwaardig leertraject zijn. Een sociaal-artistiek project beoogt herpositionering van alle betrokken partijen (zie ook iconografic 1: de sociaal-artistieke arena).
2. **Gemeenschap:** ook de helpers vanuit de gemeenschap kunnen heel waardevolle spelers zijn in het avontuur maar kunnen zich ook ontpoppen als draken en obstakels die vanuit gevestigde belangen opereren en/of de koersbepaling binnen het avontuur gaan overnemen. Sociale cohesie kan ook heel uitsluitend werken. Blijf dus alert op het belang van de brongroep en diens verbinding met de rest van de wijk.
3. **Locatie:** de locatie is meestal niet alleen plaats van handeling maar ook een onderdeel van de te veroveren arena en mogelijk ook een plek waar je structureel impact wil maken, zoals grotere toegankelijkheid, eigenaarschap en/of uitstraling voor de brongroep. Betere voorzieningen. In het icoontje van de locatie staat ook een klok: hoe ga je om met tijd voor deelname en de duur van impact? Tijd en plaats zijn belangrijke factoren in je project.
4. **Publiek:** bij kwetsbare processen bij de brongroep kun je ervoor kiezen om helemaal geen publiek - of anderszins 'de ander' - te betrekken. Deelnemers vanuit de brongroep moeten soms eerst hun innerlijke draken bevechten voordat ze die in de buitenwereld kunnen verslaan. Het project kan daarmee wel meer een therapeutisch of educatief dan sociaalartistiek karakter krijgen en zal meer impact hebben op persoonlijke ontwikkeling dan de maatschappelijke positionering van de brongroep. Door slim gebruik van media kan vaak toch ook al wel impact gemaakt worden in het publieke domein.

Creatieregie 2: cultuurparticipatie door verbinding

Participatie: Welke betrokkenheid wil je hebben van sociaal en cultureel talent en de sociale en culturele infrastructuur. Ook deze is afhankelijk van het type project en het type deelnemers en locatie die mix heel verschillend.

Verbinding: Hoe diep wil je dat de spelers in de vijver springen? Op welke nieuwe relaties hoop je in de loop van het spel? In welke mate raken de verschillende spelers verbonden met het proces en resultaat?

1. **Sociale infra:** Committeer daar waar relevant maatschappelijke infrastructuur (onderwijs, zorg, welzijn etc.). Deze hebben vaak een directe link met het gekozen thema en vaak ook al een relatie met de brongroep. Gebruik deze organisaties bij voorkeur niet alleen als vindplaats maar ook als partner en medereisgenoot gedurende het hele proces. Uiteindelijk kunnen ze ook heel belangrijk zijn bij het borgen van de impact en het eventueel inbedden/voortzetten van het project
2. **Sociaal talent:** Stuur daar waar relevant op toenemend eigenaarschap bij de brongroep. Al doende bevordert dat ook het verwerven en oefenen van '21ste - eeuwse vaardigheden.' Deze kunnen sterk bijdragen aan hun vermogen om hun nieuwverworven positie te handhaven en medeverantwoordelijkheid te nemen

voor de eventuele voortzetting van het initiatief (zie ook Etappe 4). Bij projecten aan de rechterkant van de scan kan betrokkenheid van de doelgroep soms ook beperkt blijven tot sociale participatie. Professionele cultuurmakers verzorgen dan zelf de artistieke vertaalslag (bijvoorbeeld bij een verhalenproject).

3. **Cultureel talent:** Stuur echter daar waar mogelijk ook op culturele participatie bij de brongroep. Het zelf ervaren en maken van culturele uitingen doet een beroep op nog weer heel andere kwaliteiten bij de brongroep en andere deelnemers. We spreken daarbij ook wel van rechter- en linker modus kwaliteiten. Zie iconografic 2. De met kunst geassocieerde rechtermodus kwaliteiten van de sociaalartistieke interventie zijn van doorslaggevend belang voor het proces, het resultaat en de impact van dit type praktijken. Onderschat ook niet belang van de inzet van professionele cultuurmakers om dit onderdeel. In de regel geldt: hoe groter de verbeeldingskracht. Hoe groter de impact.
4. **Culturele infra:** Committeer daar waar relevant culturele infrastructuur (podia, musea, bibliotheek, Kunstencentrum, etc.). Deze kunnen vaak een belangrijke bijdrage leveren aan de presentatie van het project middels kennis, expertise, faciliteiten, marketing, etc. Gebruik deze organisaties echter bij voorkeur niet alleen als platform voor de eindpresentatie maar ook als partner en medereisgenoot gedurende het hele proces. Net zoals hun maatschappelijke partners kunnen ze uiteindelijk ook heel belangrijk zijn bij het borgen van de impact en het eventueel inbedden/voortzetten van het project.

De **impactladder** en **participatieladder** helpen weer te geven wat de mate van impact of participatie is.

Blauwe impact pijlen in de projectscan: In welke mate spreken het proces en resultaat tot de VERBEELDING?

Cultuurbereik / impact: Welke impact wil je maken op de brongroep, de gemeenschap, de locatie en het publiek (blauwe icoontjes)?

Rode participatie pijlen in de projectscan: In welke mate is men verbonden met het proces en het resultaat? **Cultuurparticipatie:** Welke betrokkenheid heb je nodig van sociaal - en cultureel talent en de sociale - en culturele infrastructuur (rode icoontjes)?

Impactladder cultuurbereik door verbeelding: In welke mate spreekt het proces en resultaat bij deze spelers tot de verbeelding? Wat is daarvoor nodig en wat is de juiste balans? Om daar een 'maat' aan te geven die je eventueel ook kunt meten, gebruik je een impactladder. Wat is voor ieder het beoogde start- en eindtrede? Zie tabel 1a.

Impactladder cultuurbereik door verbinding: In welke mate participeren deze spelers zich in het proces en in welke mate kunnen ze zich verbinden met de medespelers en het resultaat? Wat is daarvoor nodig en wat is de juiste balans? Om daar een 'maat' aan te geven die je eventueel ook kan meten kunnen we gebruik maken van een participatieladder. Wat is hier voor ieder het beoogde start- en eindtrede? Zie tabel 1b.

Tabel 1: Impact en participatieladders

1a. Impactladder verbeelding 1b. Participatieladder (sociaal/ artistiek)

Treden	1. Vreemd	1. Passief meedoen/receptief	Treden
	2. Matig	2. Actief meedoen/reproductief	
	3. Comfortabel	3. Mee-organiseren/creatief	
	4. Uitdagend	4. Leidinggeven/ (semi-)professioneel	
	5. Indrukwekkend	5. Mede-eigenaarschap/meesterschap	

Op naar Etappe 4

Bij een succesvolle afronding van Etappe 3 is de avontuurlijke reis nog niet ten einde. De schat is gevonden maar moet nog wel terug naar huis worden gebracht en gedeeld worden met de gemeenschap. In Etappe 4 kijken we terug op wat het avontuur ons heeft gebracht en kijken we vooruit of en hoe de nieuwe verworvenheden continuïteit kunnen krijgen of misschien aanleiding zijn voor nog weer een nieuwe impuls.

De sociaal-artistieke arena

Een sociaalartistiek project kan je zien als een arena waarin een verschillende spelers de speelruimte die het project biedt gebruiken om te experimenteren met nieuwe beelden, relaties en competenties waardoor een herpositionering van de kansarme groep kan plaatsvinden.

De sociaalartistieke arena kun je zien als een harmoniemodel waarbij alle partijen van elkaar willen leren en nieuwe handelingsperspectieven ontdekken. Dat kun je ook zien als een conflictmodel waarbij de brongroep zich moet invechten in een wereld van gevestigde belangen, inclusief een systeemwereld die de voeling met de leefwereld allang kwijt is. Sociaalartistieke praktijken komen uit de traditie van het conflictmodel maar worden vaak in de praktijk gebracht vanuit de opvattingen van het harmoniemodel. In bovenstaande figuur wordt de sociaalartistieke arena verbeeld als 'strijdtonneel' waar de brongroep als buitenstaander een positie wil verwerven en daarbij de gevestigden treft waar hij zich enerzijds aan kan optrekken, maar anderszins wellicht mee moet concurreren. De verovering van de arena vereist ook competenties. Ontbrekende competenties kunnen van links en rechts worden ingebracht door respectievelijk sociale en artistieke professionals.

Bij een sociaalartistiek project gaat het dan niet om het 'opvoeden' van de brongroep zodat deze zich kan voegen binnen het gevestigde systeem maar om een 'herbemiddeling' van posities en bijbehorende competenties van alle betrokkenen, niet in de laatste plaats die van de systeemwereld. Naarmate de brongroep deze nieuwe positie en competenties ook zelf verwerft en/of op eigen kracht weet te mobiliseren wordt zij de arena ook daadwerkelijk meester en verandert de positie van meedoen via mee organiseren naar mede eigenaarschap.



3.2. Methodieken voor Etappe 3

In deze paragraaf vind je o.a. een checklist welke maatschappelijke en culturele instellingen je mogelijk kan betrekken en een methodiekbeschrijving van de krachtenveld analyse. Daarmee kun je de verschillende spelers binnen de sociaal-artistieke arena en hun onderlinge verhoudingen in kaart brengen. Met de checklist voor veranderstijlen en –kleuren kun je in kaart brengen welke kwaliteiten je binnen dat samenwerkingsverband hebt om in te zetten voor de verdere realisatie van het project. Naast opnieuw een SWOT-analyse kan je nu ook op interactieve wijze de mate van verbinding, verbeelding en vermogens scoren en evalueren.

Actieplanning: een interactief planningsproces met de reisgroep

Etappe 2,3 Het verschil maken
Fase Uitvoeren

De actieplanning is een methode voor de korte termijnplanning van de straat of buurtactie. Op moment dat je gaat plannen met de reisgroep heb je overeenstemming bereikt over de sociaal-artistieke buurt of wijkactie die jullie gaan doen. Het proces verduidelijkt en bakent de opdracht af en brengt de creativiteit, talenten, interesses en middelen van de groep op één lijn. De groep beslist gezamenlijk over de noodzakelijke taken die gedaan moeten worden en verantwoordelijkheden worden verdeeld. De groep beweegt van een geweldig idee naar een werkbaar en uitvoerbaar plan en werkt samen op basis van vertrouwen, onderlinge steun en enthousiasme.

Doelen

- Verduidelijkt de richting / koers
- Brengt leiderschapsrollen, middelen en verantwoordelijkheden op één lijn
- Bouwt vertrouwen en onderlinge steun in de groep

Opbrengst

- Een realistisch en haalbaar plan waaraan alle reisgenoten zich committeren met duidelijke taken en verantwoordelijkheden.

Benodigheden

- Sticky wall,
- Flipovers,
- A-5jes,
- Stiften,
- Flipover met omschrijving straat-of buurtactie,
- Tape
- Gekleurde A-5jes.

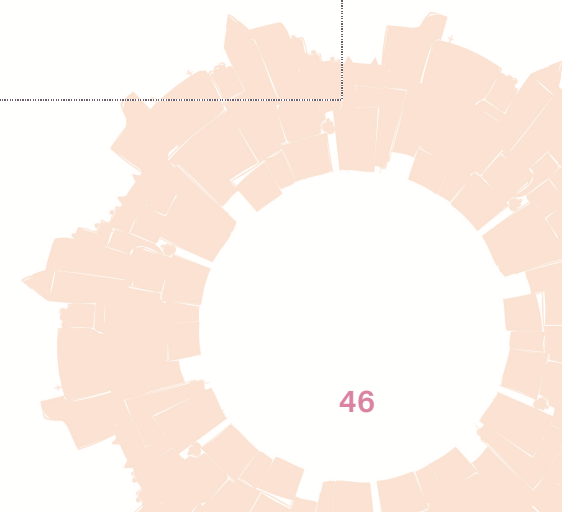
Duur

60 –80 minuten

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiden	Zet klaar/hang op in de ruimte: <ul style="list-style-type: none">• Sticky wall met daarop omschrijving van de straat-of buurtactie• Zorg dat de flipovers voor de SWOT, actieworkshop en planning klaar liggen• Op elk tafeltje liggen a-5jes, dikke stiften• Tape en gekleurde a-5jes
Stap 2	Context bepalen	Start met de visie van de groep op de straat-of buurtactie. Wat hadden ze ook alweer bedacht? Is alles compleet of moet er nog wat bij? Stel de focusvraag: Wat moeten we allemaal doen om onze straat-of buurtactie tot een groot succes te maken?
Stap 3	SWOT	Gebruik een flipover die je in 4 vakken verdeelt: sterkten, zwakten, kansen en gevaren. Stel de groep de volgende vragen en vul de antwoorden in onder de juiste vakken: <ul style="list-style-type: none">• Welke kwaliteiten, talenten, middelen hebben we die ons helpen onze straat-of buurtactie te verwezenlijken?• Wat is nog onvoldoende of helemaal aanwezig in onze groep, netwerk of wijk waar we rekening mee moeten houden?• Welke beren (gevaren) zien we op de weg?• En welk voordelen kunnen we uit het project halen?
Stap 4	Brainstormen van acties	Welke acties moeten we ondernemen om onze droom te realiseren? <ul style="list-style-type: none">• Eerst individueel brainstormen• Daarna in sub-groepen: bedenk met elkaar minimaal 15 acties. [Schrijf groot, 1 actie per a-5, max 5 woorden]• Kruis als groep de 5 belangrijkste aan. De procesbegeleider hangt deze op sticky wall en stelt de vraag: Zijn er vragen ter verduidelijking?• Welke kaarten vertonen samenhang? Hang deze bij elkaar.• Verzamel de 3 spannendste acties.• Vragen ter verduidelijking• Welke kaarten vertonen samenhang? Hang deze bij elkaar.• Ideeën die helemaal anders zijn dan die nu op de sticky wall hangen. Verzamelen en ophangen.• Vragen ter verduidelijking.• Plaats symbolen boven de clusters (gekleurde a-5jes met daarop getekend symbolen)• Verzamel resterende kaarten met symbool in rechterhoek.

		<ul style="list-style-type: none"> • Vragen ter verduidelijking • Welke kaarten vertonen samenhang en kunnen bij elkaar gehangen worden in 1 cluster
Stap 5	Benoemen	<ul style="list-style-type: none"> • Doe een stap naar achteren en check of alles erop staat • Vul aan waar nodig • Vat elk cluster samen in 3-5 woorden. Let op, de cluster moet antwoord geven op de focusvraag.
Stap 6	Reflecteren	<ul style="list-style-type: none"> • Kijk met elkaar naar de uitkomsten op de sticky wall • Welke actie spreekt je het meeste aan? • Welke denk je is het moeilijkst om uit te voeren? • Welke activiteiten kunnen door eenzelfde werkgroep worden gedaan? • Verdeel de groep in max 3-4 werkgroepen. Iedere groep maakt een planning voor de clusters die samengevoegd zijn.
Stap 7	Instructies van de groepen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bepaal jullie eindresultaat (smart) 2. De sticky wall is tot een kalender gemaakt, met daarop rijen (1 werkgroep per rij) en kolommen (maanden, eindresultaat, startactiviteit, middelen, aanspreekpersoon) 3. Formuleer voor elke maand (of week) minimaal 2 voltooide acties die de werkgroep moet uitvoeren 4. Formuleer het eerste ding wat je als groep gaat doen (startactiviteit) 5. Wat hebben jullie nodig (middelen: materialen, handjes, geld) 6. Wie is aanspreekpersoon van de groep?
Stap 8	Groepen aan het werk	Elke groep krijgt 45-60 mns (afhankelijk van beschikbare en nodige tijd) om de kalender in te richten.
Stap 9	Reflectie	Iedere groep presenteert eigen rij. Vragen ter verduidelijking en tijd voor afstemming met andere rijen Wanneer spreken we elkaar weer?



Projectplan en begroting

Etappe 3 Het verschil maken
Fase Uitvoeren

Voor de ontwikkeling en uitvoering van de buurtacties is het aan te bevelen om de cultuurmaker te vragen een kort en bondig projectplan te maken met een begroting. Uiteraard wordt deze geschreven op basis van input van de brongroep en eventuele wijkpartners.

Doelen

- Vooraf vaststellen wat de doelen en activiteiten zijn van deze fase, zowel kwalitatief als kwantitatief
- Heldere opdrachtgever/ opdrachtnemer relatie met praktische afspraken over inzet van tijd en middelen
- Vooraf vaststellen van beoogde resultaten zodat daar achteraf ook op geëvalueerd kan worden.

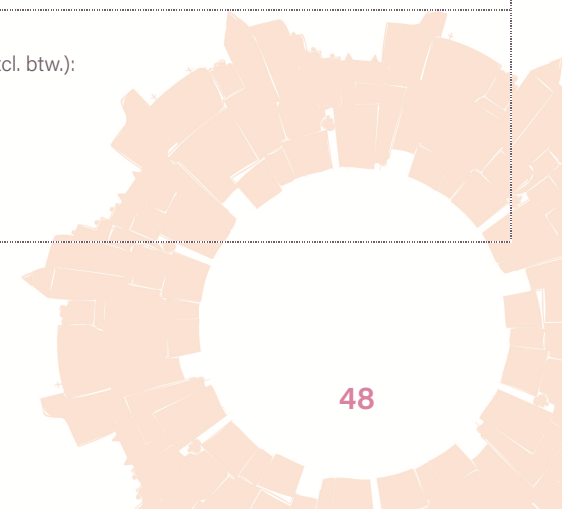
Format projectplan

Er zijn uiteraard verschillende standaard formats beschikbaar voor het maken van een projectplan. Voor sociaalartistieke projecten zijn de onderstaande kopjes in ieder geval belangrijk als vertrekpunt.

Instructies voor de cultuurmaker

Op de volgende pagina een korte instructie voor het documenteren van je buurtproject. Maak de beschrijving kort maar krachtig en zodanig dat deze ook extern kan worden gedeeld met wijkpartners (1,5 tot 3 A4/ 800 - 1200 woorden). In de bijlage vind je een lege versie van het projectplan.

<p>Projecttitel:</p> <p>Eventuele ondertitel en/of thema:</p> <p>Cultuurmaker:</p> <p>Partners:</p> <p>Locatie(s):</p>		<p>Korte projectbeschrijving:</p> <p><i>Beschrijf in een paar korte zinnen wat je gaat doen, met wie, hoe en waarom.</i></p>	
<p>Oproep tot avontuur/ Maatschappelijke vraag <i>Doelstellingen en doelgroep</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Waarom en met wie (wat je wil bereiken komt onder 'waarde-creatie')? • Wat is de uitdaging, de oproep tot avontuur? <i>Stel je voor dat... Wat als ... ?</i> • Waarom / doelstellingen / prioriteiten? Denk bijvoorbeeld aan noodzaak tot meer persoonlijke ontwikkeling, sociale cohesie, publieke beeldvorming, kwaliteit leefomgeving maar dan in je eigen woorden. Waarom is dat urgent? • Met wie en waar (blauwe icoontjes)? Denk aan brongroep, gemeenschap (helpers), publiek ('de ander') en fysieke plek – met een korte schets van de context. 	<p>Over de drempel/ Artistiek antwoord <i>Activiteiten</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoe ga je het project aanpakken, met accent op artistiek (sociaal komt onder 'co-creatie') • Wie ben jezelf als maker? Wat drijft jou? • Hoe ga je het project oriënteren, mobiliseren, maken en presenteren (gele icoontjes) – beschrijf vrij praktisch welke activiteiten je (artistiek/ inhoudelijk) van begin tot eind gaat doen. 	<p>Het verschil maken/ Co-creatie <i>Organisatie, werving en publiciteit</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Welke organisaties en plekken uit de systeemwereld wil je betrekken en in welke mate? • Hoe ga je de deelnemers, helpers en publiek verleiden om mee te doen en in welke mate wil je ze betrekken en betrokken houden? (sociaal van kennismaken via actief deelnemen tot mede eigenaarschap, artistiek van reproductief via creatief naar professioneel) 	<p>Waarde-creatie <i>Beoogde resultaten en impact</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Wat zijn de beoogde resultaten? Wanneer is het pilotproject geslaagd? • Waar kan je dat straks aan afleiden (1 of 2 concrete indicatoren) • Probeer in eigen woorden je streven onder woorden te brengen in termen als: <ul style="list-style-type: none"> ○ Verbinding: nieuwe relaties tussen mensen en/of organisaties? ○ Verbeelding: nieuwe beelden over de dagelijkse werkelijkheid bij deelnemers en/of publiek? ○ Vermogens: nieuwe competenties bij deelnemers en/of andere betrokkenen (denk aan 21ste eeuwse vaardigheden zoals: zelfregulering, empathie, samenwerken, kritisch denken, presenteren, mediawijsheid, probleemoplossend vermogen en creativiteit). - Verankering: bijvoorbeeld een bepaalde her-bemiddeling van verhoudingen tussen leef- en systeemwereld waardoor een verandering ook echt beklijft.
<p>Leerproces <i>Zelfreflectie van de Cultuurmaker</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Waar zoek je nog antwoorden op en/of hulp bij? • Wat zijn de grootste risico's voor het welslagen van het project? • Hoe ga je het resultaat evalueren? Denk je aan een vervolg? 		<p>Begroting De meest gangbare kosten zijn de volgende (let op incl. / excl. btw.):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personele kosten eigen inzet en derden • Materiële kosten • Publiciteit • Techniek/ Ruimte • Reiskosten 	



Checklist maatschappelijke en culturele instellingen

Etappe 3 Het verschil maken
Fase Uitvoeren

Sociaalartistiek werk betreft niet alleen de leefwereld van de brongroep maar ook de systeemwereld van de maatschappelijke en culturele organisaties.

Doelen

- In kaart brengen welke krachten of stakeholders invloed hebben op de reis en welk belang ze hebben bij een bepaalde uitkomst
- Draagvlak voor de reis creëren

Opbrengst

In de bijlage vind je een checklist aan welk type organisaties je kunt denken in je eigen gemeente en/of in de regio waarin je actief bent. Check welke in het geval van jouw praktijk relevant zijn en neem ze mee in je verdere analyses en acties.

Krachtenveldanalyse

Etappe 3 Het verschil maken
Fase Uitvoeren

Een krachtenveldanalyse is een model waarmee je in kaart brengt welke krachten invloed hebben op de reis. Je maakt een inschatting. Voor een stakeholderanalyse geldt dat je in kaart brengt welke partijen invloed hebben (Zie methode stakeholderanalyse). Er zijn verschillende manieren om (de uitkomsten van) een krachtenveldanalyse schematisch weer te geven. De gekozen manier hieronder is een van die schema's. De stappen in analyseproces is in alle gevallen hetzelfde.

Doelen

- In kaart brengen welke krachten of stakeholders invloed hebben op de reis en welk belang ze hebben bij een bepaalde uitkomst
- Draagvlak voor de reis creëren

Opbrengst

Inzicht in de mate van verhouding, overeenstemming en invloed van krachten of stakeholders

Benodigheden

- Sticky wall of brown paper
- Tape
- Flipover of white wall
- Post-its
- Stiften

Aandachtspunten

- Een krachtenveldanalyse wordt vaak tevoren gemaakt op basis van inschattingen. De houding van partijen kan echter veranderd zijn. Ook tijdens het te doorlopen proces kunnen de posities van actoren opschuiven. Sta stil bij veranderingen in opstelling en speel hier tijdig op in.
- Deze methode werkt het best met een kleine groep van niet meer dan 8 personen.

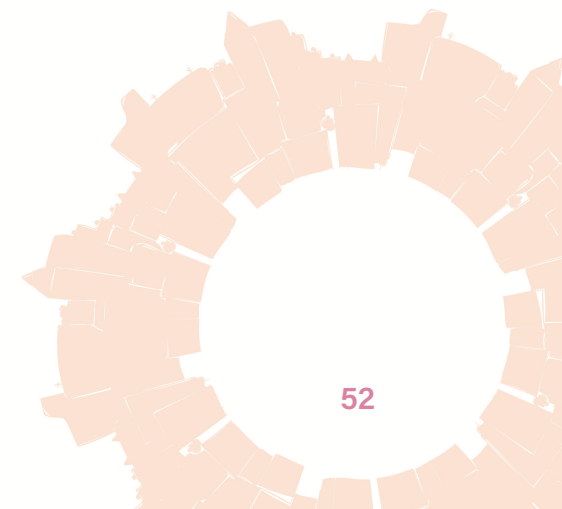
Duur

60- 80 minuten

Aanpak

Stap	Wat	Hoe															
Stap 1	Vorbereiden	Hang een groot vel papier op of gebruik een sticky wall. Leg materialen klaar en bereid de twee schema's al voor.															
Stap 2	Partijen inventariseren	Benoem gezamenlijk met welke partijen jullie van doen hebben en schrijf deze op een post-it en plak ze op de brown paper of sticky wall. <ul style="list-style-type: none"> • Om wie kun je niet heen • Wie heb je nodig • Wie vergeet je altijd • Van wie weet je niet zeker of ze erbij horen 															
Stap 3	Verhouding overeenstemming en invloed bepalen	Categoriseer de partijen. Bepaal gezamenlijk met stickertjes de mate van: <ul style="list-style-type: none"> • de verhouding tot de reis weer (mate van vertrouwen) • de overeenstemming (de mate waarin we het eens zijn) • de invloed op de reis aan (belang voor de reis) <table border="1" data-bbox="656 869 1756 1114"> <thead> <tr> <th>Partij</th> <th>Type</th> <th>Verhouding</th> <th>Overeenstemming</th> <th>Invloed</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Partij	Type	Verhouding	Overeenstemming	Invloed										
Partij	Type	Verhouding	Overeenstemming	Invloed													

<p>Stap 4</p>	<p>Invullen krachtenveldschema</p>	<p>Beschrijf de partijen in een krachtenveldschema op een whiteboard of flipover</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grote overeenstemming, goede verhouding: bondgenoten • Grote overeenstemming, minder goede verhouding: coalitiepartners • Weinig overeenstemming, goede verhouding: opposenten • Weinig overeenstemming, minder goede verhouding: tegenstanders • Gemiddelde overeenstemming, goede verhouding: twijfelaars • Gemiddelde overeenstemming, minder goede verhouding: opportunisten • Kleine invloed: partij weergeven d.m.v. kleine cirkel • Grote invloed: partij weergeven d.m.v. grote cirkel <div data-bbox="667 534 1366 813"> <table border="1"> <tr> <td>Grote overeenstemming</td> <td>Coalitiepartners Opportunisten</td> <td>Bondgenoten Twijfelaars</td> </tr> <tr> <td>Geringe overeenstemming</td> <td>Tegenstanders</td> <td>Opponenten</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Weinig vertrouwen</td> <td>Veel vertrouwen</td> </tr> </table> </div>	Grote overeenstemming	Coalitiepartners Opportunisten	Bondgenoten Twijfelaars	Geringe overeenstemming	Tegenstanders	Opponenten		Weinig vertrouwen	Veel vertrouwen
Grote overeenstemming	Coalitiepartners Opportunisten	Bondgenoten Twijfelaars									
Geringe overeenstemming	Tegenstanders	Opponenten									
	Weinig vertrouwen	Veel vertrouwen									
<p>Stap5</p>	<p>Evalueren en afronden</p>	<p>Rond deze methode af met een evaluatie van het proces.</p>									



Stakeholder-analyse

Etappe 1,3 Oproep tot avontuur: verkennen maatschappelijke vraag; Het verschil maken
Fase Uitvoeren

Een stakeholderanalyse is een model waarmee je in kaart brengt welke stakeholders invloed hebben op de reis. Je maakt een inschatting.

Doelen

- Meer inzicht krijgen in de relaties en samenwerking die de groep heeft met organisaties en mensen die van belang zijn voor de realisatie en voortgang van het project.
- Ontdekken van de krachten en beperkingen van jullie netwerk t.a.v. de (realisatie en voortgang van) het project.
- Eerste stappen formuleren die nodig zijn om netwerk te versterken en gebruiken voor de realisatie van het project.

Opbrengst

Inzicht in de mate van verhouding, overeenstemming en invloed van krachten of stakeholders

Aandachtspunten

- Een stakeholderanalyse wordt vaak tevoren gemaakt op basis van inschattingen. De houding van stakeholders kan echter veranderd zijn. Ook tijdens het te doorlopen proces kunnen de posities van actoren opschuiven. Sta stil bij veranderingen in opstelling en speel hier tijdig op in.
- Deze methode werkt het best met een kleine groep van niet meer dan 8 personen.

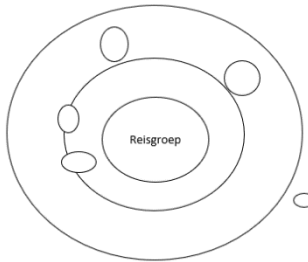
Benodigheden

- Sticky wall of brown paper
- Tape
- Ronde blaadjes van verschillende grootte
- Flipover of white wall
- Post-its
- Stiften

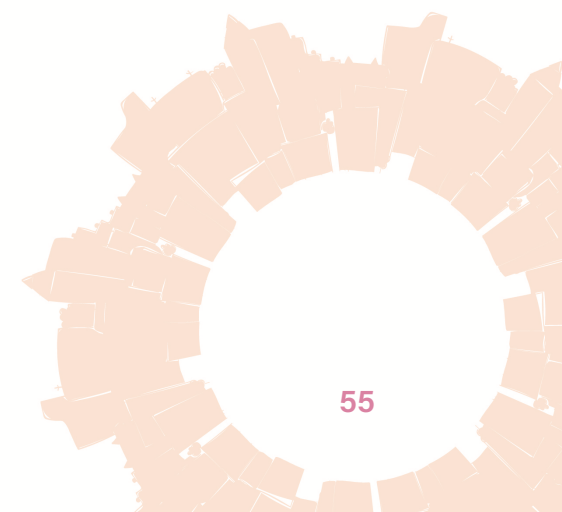
Duur

80 –90 minuten

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiden	<p>Zet klaar in de ruimte:</p> <ul style="list-style-type: none">• een grote tafel om aan te werken;• 1 flipchart, met daarop doelstellingen, proces en focusvraag• 1 flipchart met netwerk erop getekend.• 3 gekleurde cirkels, van verschillende grootte, 5 of 6 per grootte.
Stap 2	Context bepalen	<ul style="list-style-type: none">• Presenteer de focusvraag: Wie en welke organisaties zijn actief of moeten actief betrokken worden bij het realiseren en de voortgang van jullie reis?• Leg het proces uit aan de deelnemers.• Herhaal de doelstelling van de workshop en laat deelnemers even samen een paar relaties/contacten brainstormen, om op te warmen.
Stap 3	Brainstormen	<p>Laat de deelnemers eerst individueel partijen opperen en daarna in een groep door alle organisaties op kaartjes op te schrijven.</p> <p>Schrijf de belangrijkste organisaties op de grote cirkels en de minst belangrijke op de kleinste.</p>
Stap 4	Organiseren en clusteren	<p>Vraag de groep om de verzamelde cirkels (organisaties en mensen) te plakken in de diagram.</p> <p>Op elke flip staan 2 cirkels getekend.</p> <p>De reisgroep van het project staat in het midden van de flipchart. De flipchart is ingesprayd met Spray Mount lijn, zodat de cirkels blijven plakken.</p> 

		De organisatievraag is: hoe vaak ben je in contact met deze persoon of deze organisatie? De organisaties / personen met wie de groep het meest in contact is, of mee samen werkt, staan het dichtst bij de projectgroep. Als het contact minder frequent is, staan de relaties verder weg van de projectgroep.
Stap 5	Benoemen	<ul style="list-style-type: none"> • Doe een stap naar achteren en kijk/check of alle organisaties erop staan. • Welke missen nog? Vul de diagram aan.
Stap 6	Reflecteren	<ul style="list-style-type: none"> • Kijk met elkaar naar de netwerkanalyse. Wat valt op? • Welke resultaten zijn verrassend? • Welke hadden jullie al verwacht? • Welke relaties zijn belangrijk voor het slagen van de reis? <ul style="list-style-type: none"> Met welke daarvan zijn al warm contact en reizen al mee? Met welke relaties is nog geen (warm) contact en moeten nog betrokken/verbeterd worden . Omcirkel die met rood. • Wat moeten we doen om het netwerk van deze reis te verstevigen? Hoe betrekken we de organisaties die nog niet of onvoldoende betrokken zijn? • Wat gaan we als eerste doen morgen?



Veranderstijlen en –kleurendenken

Etappe 3 Het verschil maken
Fase Uitvoeren

Het kleurenmodel van De Caluwé en Vermaak identificeert vijf kleuren (geel, blauw, rood, groen en wit) die verschillende denkwijzen en benaderingen van verandering vertegenwoordigen. Het biedt een gemeenschappelijke taal en helpt het begrijpen van verschillende benaderingen van verandering. Meer informatie over het kleurenmodel vind je in [de bijlage](#).

Doelen

Dit model kun je inzetten om:

- Situaties en personen te typeren
- De kleuren helpen om een diagnose te stellen en de aanpak aan te passen
- Jezelf als veranderaar te typeren

Opbrengst

Inzicht in de benodigde veranderstijl.

Benodigdheden

- Sticky wall,
- Flipovers,
- Stiften,

Aandachtspunten

- Het model is geen one-size-fits-all benadering, de keuze van een bepaalde kleur is afhankelijk van de situatie, de mensen en het doel van de verandering.
- Het model categoriseert veranderaars in vijf kleuren en impliceert dat mensen (en organisaties/de reis) zich uitsluitend tot één kleur beperken, de werkelijkheid is vaak veel complexer.
- Het model heeft slechts beperkte aandacht voor context en cultuur.
- Door het model te combineren met andere modellen kun je beter begrip en inzicht krijgen in het veranderproces.

Duur

30-45 minuten

Aanpak

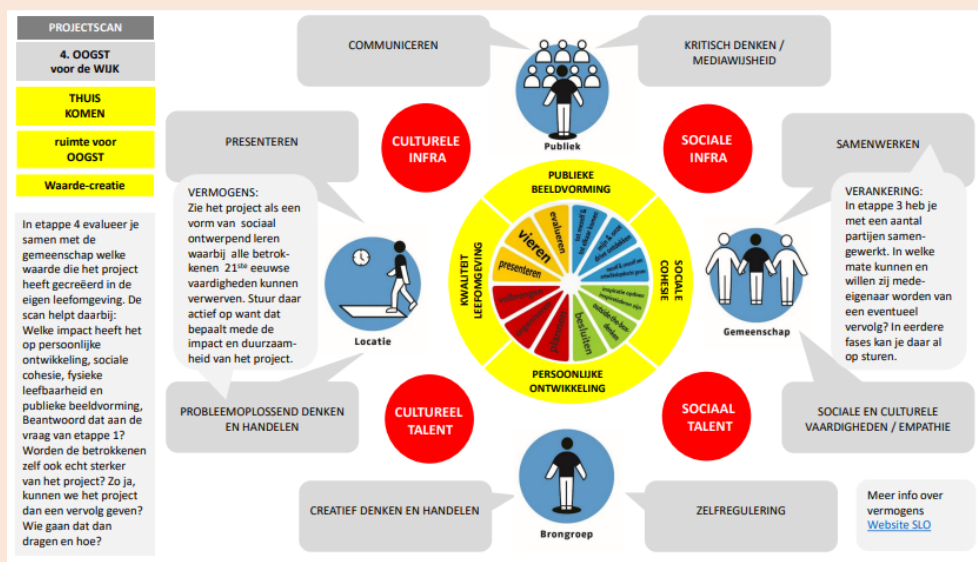
Stap	Wat	Hoe				
Stap 1	Voorbereiden	Leg materialen klaar. Hang een groot vel papier op of gebruik een sticky wall, verdeel deze in 4 vakken. <table border="1"><tr><td>Sterkten</td><td>Zwaktes</td></tr><tr><td>Kansen</td><td>Bedreigingen</td></tr></table>	Sterkten	Zwaktes	Kansen	Bedreigingen
Sterkten	Zwaktes					
Kansen	Bedreigingen					

5. Thuiskomen

In deze laatste vierde etappe evalueer je samen met de gemeenschap welke waarde het project heeft gecreëerd in de eigen leefomgeving.

4.1 Plan van aanpak: samen waarde maken

De projectscan helpt daarbij: Wat is de impact op persoonlijke ontwikkeling, sociale cohesie, fysieke leefbaarheid en publieke beeldvorming? Beantwoord dat aan de urgente maatschappelijke vraag van etappe 1. Worden de betrokkenen zelf ook echt sterker van het project? Zo ja, kunnen we het project dan een vervolg geven? Wie gaan dat dragen en hoe?



Zo ziet de projectscan er bij etappe 4 uit:

Zie het project als een vorm van sociaal ontwerpend leren waarbij alle betrokkenen verschillende vaardigheden kunnen verwerven en/of oefenen. Stuur daar actief op want dat bepaalt mede de impact en duurzaamheid van het project. In welke mate krijgt de brongroep zo grip op hun maatschappelijke en persoonlijke ontwikkeling?

1. Brongroep: persoonlijke ontwikkeling met vaardigheden als zelfregulering en creatief denken en handelen;
2. Gemeenschap: sociale cohesie met vaardigheden als samenwerken, sociale competenties en empathie;
3. Locatie: kwaliteit van de leefomgeving met vaardigheden als probleemoplossend denken en handelen en presenteren;
4. Publiek: publieke beeldvorming met vaardigheden als communiceren, kritisch denken en mediawijsheid.

In bovenstaande opsomming zijn de vaardigheden benoemd in termen van de '21ste eeuwse vaardigheden' zoals die worden gehanteerd door het SLO voor het onderwijs. Bij het model van 'sociaal ontwerpend leren' (SOL) worden nog andere competenties uitgelicht zoals: je zelf een ontwikkelopdracht kunnen geven, kunnen besluiten, plannen en vieren. Zie verder onder (evaluatie) methodieken.

In Etappe 3 heb je met een aantal partijen samengewerkt. In welke mate kunnen en willen zij mede-eigenaar worden van een eventueel vervolg? In eerdere fases kun je daar al op sturen. Het helpt natuurlijk als de sociaalartistieke methodiek ook goed aansluit bij de eigen missie en visie. Gelukkig zijn daarvoor tegenwoordig heel veel aanknooppunten. Hieronder per type speler een aantal aandachtspunten waar je op kan letten bij het meer structureel inbedden van sociaalartistiek werk binnen de context waarin je werkt.

1. Sociale infra: bij sociale infra sluit sociaalartistiek werken uitstekend aan bij methodieken als de ABCD-methode (welzijnswerk), organische wijkaanpak (woningcoöperaties), onderzoekend en creërend leren (onderwijs) en positieve gezondheid (zorg).
2. Sociaal talent: bij intensieve betrokkenheid van de pioniersgroep is de kans groot dat deze zich doorontwikkelt tot een bewonersplatform dat steeds vaardiger wordt in het identificeren en begeleiden van nieuwe sociaalartistieke initiatieven.
3. Cultureel talent: cultureel talent kan zich in de loop van de tijd ook sterk door ontwikkelen. Het is echter niet vanzelfsprekend dat autodidactische cultuurmakers de rol kunnen overnemen van professionele cultuurmakers met verantwoordelijkheid voor creatieregie op de sociaalartistieke praktijken. Hybride vormen zijn zeker denkbaar maar koester ook op de langere termijn de verbeeldingskracht van professionele makers.
4. Culturele infra: bij culturele infra sluit sociaalartistiek werk aan bij de wens van (of opdracht aan) culturele instellingen in het algemeen en de centra voor de kunsten in het bijzonder om zich meer dan voorheen te verbinden met maatschappelijke domeinen en/of meer dan voorheen van betekenis te zijn voor bewoners met een relatief lage scholing en laag inkomen.

Eén zwaluw maakt nog geen zomer. Als je echt impact wilt maken met sociaalartistieke praktijken dan ligt het voor de hand om voor een meerjarige programmatische aanpak te kiezen. Een dergelijk cultuurimpuls programma voorziet in zowel aanjaag - als financiële capaciteit om series van projecten te kunnen ontwikkelen. Daarmee kun je ook het lerende vermogen van alle betrokkenen vergroten zodat er met steeds minder inspanning steeds meer en betere praktijken kunnen worden ontwikkeld. In de jaren 2010 is door onderzoek al aannemelijk gemaakt dat een cultuurimpuls in een kwetsbare wijk dermate veel waarde kan genereren dat het de investering meer dan waard is. (Nieuwe praktijken in de wijken, 2010)

In een meerjarige aanpak loont het ook de moeite om een cultuuraanjager in positie te brengen die als intermediair verbindingen legt en onderhoudt tussen het aantal spelers en partners dat betrokken is bij een dergelijke impuls. Dat draagt er sterk aan bij dat niet bij ieder project het wiel opnieuw uitgevonden hoeft te worden en het totaal van de projecten meer oplevert dan de som der delen.

Door naar Etappe 1

De routekaart voor sociaalartistieke praktijken heeft het verloop van een oneindige projectcyclus. Na Etappe 4 volgt gewoon weer Etappe 1. Op de eerste plaats - in evaluatieve zin - waarbij je checkt in welke mate de resultaten van Etappe 4 beantwoorden aan de maatschappelijke vraag die in Etappe 1 was geprioriteerd. Op de tweede plaats door op basis van voortschrijdend inzicht en een verdere opbouw van netwerk en vermogens de tanden te zetten in eventuele vervolgprojecten of zelfs een vervolgprogramma.

Volwaardig burgerschap

Sociaalartistieke praktijken zijn waardenmakers, zowel op persoonlijk als maatschappelijk niveau. Als je dat per project bekijkt is de thematiek en impact uiteraard nog heel specifiek en beperkt. Als je dat programmatisch inzet kun je een meer integrale impact nastreven. Wat is dan het ultieme streefbeeld? Sociaalartistiek praktijken willen bijdragen aan het realiseren van volwaardig burgerschap binnen een samenleving die dat ook voor meer kwetsbare groepen in de samenleving ondersteunt.



Bovenstaande brengt de relatie tussen sociaalartistieke praktijken en volwaardig burgerschap schematisch in beeld. We zien een ring van culturele interventies met daarin een mens met de voeten stevig op de grond, welbewust van eigen identiteit en talenten, met het vermogen relaties aan te gaan (geven en nemen) met de directe sociale en fysieke omgeving, en met een eigen smoel in het publieke domein. Als je al deze competenties bezit ben je een volwaardig cultureel burger. Het beeld refereert naar 'de man van Vilnius' van Leonardo da Vinci die met deze tekening de gulden snede zocht: de juiste verhoudingen van het menselijk lichaam.

Met de projectscan voor sociaalartistieke praktijken zoeken we de gulden snede van sociaalartistieke praktijken: de juiste match tussen een maatschappelijke vraag en een artistiek antwoord. Verschillende typen culturele interventie een functionele relatie hebben met één van de vier maatschappelijke hoofddoelstellingen. Cultuureducatie draagt bij aan persoonlijke ontwikkeling, zelforganisatie draagt bij aan sociale cohesie, cultuurproductie draagt bij aan beeldvorming in het publieke domein en culturele programmering draagt bij aan fysieke leefbaarheid. Deze functionele relatie kan je benoemen als de gulden snede van sociaalartistieke praktijken. Bij de ontwikkeling van één project zoals hiervoor beschreven in de vier voorgaande etappes maak je daarin vanaf Etappe 1 scherpe keuzes voor een specifieke brongroep en haar eigen urgente maatschappelijke vraag. Bij de ontwikkeling van een meerjarige cultuurimpuls kan je daar meer integraal naar kijken en een sociaalartistiek programma ontwikkelen voor een hele gemeenschap. Die kan daar dan uiteindelijk ook zelf mede regie op voeren.

4.2. Methodieken voor etappe 4

In deze paragraaf vind je een handreiking met verschillende methodes voor het evalueren van de resultaten en de impact van sociaalartistieke projecten en programma's.

Projectscan

Etappe 4 Thuis komen: projectevaluatie
Fase: Evalueren

De projectscan voor sociaalartistiek werk is speciaal ontwikkeld voor de formulering, monitoring en evaluatie van sociaalartistieke projecten. Hieronder geven we een handreiking hoe je deze kan inzetten als instrument voor een gesprek tussen verschillende betrokkenen, van brongroep tot wijkpartners.

Doelen

- Laagdrempelig evalueren van de kwantitatieve en kwalitatieve resultaten van het project
- Evalueren van de impact van het projecten
- Semigestructureerd gesprek voeren over de veranderstrategie en wat we daar over geleerd hebben.

Opbrengst

Door de informele werkvorm breng je energie in de groep. Mensen voelen zich na deze werkvorm vrijer om met elkaar aan de slag te gaan.

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiding treffen	Print de onderstaande versie van de projectscan op een groot vel of print ieder icoontje afzonderlijk uitvergroet op een A4 en stop ieder vel in een plastic mapje (sociaalartistiek twister). Zorg dat er post-its zijn en schrijfgerei
Stap 2	Opdracht toelichten	<ol style="list-style-type: none">1. Leg de icoontjes op een tafel of hang deze aan een muur.2. Geef een korte toelichting op de projectscan (zie deze reisgids)3. Geef aan dat we met de blauwe icoontjes gaan beginnen: de brongroep, de gemeenschap/helpers, het publiek, de locaties4. Laat iedereen op post-its hun observaties noteren en op de betreffende stip plakken: wat heeft het project opgeleverd en wat heb je gemist. Je kan er voor kiezen om dat alleen kwalitatief te doen maar je kan ook vragen dat te kwantificeren5. Vraag of de opdracht helder is en geef eventueel nog een extra toelichting. Je kan enkele voorbeelden geven.
Stap 3		<ol style="list-style-type: none">1. Geef iedereen ca 10 minuten de tijd om post-its in te vullen. Bewaak dat ze alle vier de aspecten waarderen. Kijk wat er wordt opgeplakt en coach eventueel nog wat de goede richting op ... "je kan ook nog denken aan"

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Bespreek de opbrengst. Begin bij de brongroep, ga dan naar publiek en bespreek tot slot gemeenschap (helpers) en locatie (en tijd). Neem daar afhankelijk van de omvang van de groep 20 tot 40 minuten voor. Gebruik het veld van icoontjes steeds om het gesprek te situeren ("we hebben het nu hier over. Maar hoe zit het dan daarmee?"). Alles is steeds 'aanwijsbaar' en in onderling verband in een krachtenveld. 3. In tweede instantie kan je naar aanleiding van de analyse ook vragen stellen over de wijze waarop het sociaalartistieke project is uitgevoerd – de gele icoontjes (wat was daar sterk, wat hadden we beter kunnen doen?) of naar de rol van de verschillende betrokkenen – de rode icoontjes (welke wijze en mate van participatie en de waardering daarvan). Neem daarvoor max 20 minuten. 4. Probeer in 5 tot 10 punten samen te vatten wat de conclusies en leerpunten zijn van de evaluatie. Zet die eventueel op een flap. Vraag feedback vanuit de groep of de conclusies en aan zo kloppen.
Stap 4.	Documentatie	Maak een verslag van het gesprek en deel dat later met alle deelnemers.

Andere varianten

Sociaalartistieke spin: als je meer in detail de mate van verbeelding, verbinding en vermogens wil evalueren, dan kan je de gele icoontjes vervangen door een 'spinnenweb' van horizontale, verticale en diagonale assen zoals is uitgewerkt in etappe 3. Je kan op de assen de schaal van 0 tot 5 uitzetten van de impact en participatie-ladders (respectievelijk blauw en rood) en daarop in samenspraak gaan scoren wat de waarde bij aanvang van project is geweest en welke waarde het bij afronding van het project geworden is. In het boek 'Cultuur Nieuwe Stijl' van CAL-XL zijn vijf sociaalartistieke projecten als voorbeeld op die manier uitgewerkt. Rondom de scan kan je de beoogde competenties noteren of met post-its plakken en daar ook een waardering aan geven van 0 tot 5 voor aanvang en einde project. In alle gevallen zijn de scores uiteraard niet meer dan een begin van een gesprek dat je daarna met elkaar voert over wat deze scores dan in de praktijk betekenen en wat we daarvan kunnen leren. Op deze manier kan je een zeer gedetailleerde evaluatie doen. Deze is tegelijk ook wel heel technisch en dus niet voor ieder type deelnemer even aantrekkelijk en relevant om te doen. Hetzelfde gesprek kan op een wat minder volledige manier ook wel worden meegenomen in de meer toegankelijke bovenstaande variant.

Sociaalartistiek twister: je kan de icoontjes ook als een twisterspel op een grote vrije vloer leggen en deze als vertrekpunt gebruiken van 'familieopstelling' en rollenspel. Deze werkvorm werkt minstens zo goed bij de formulering van een project als bij de evaluatie. Het vraagt wel de nodige lef en ervaring bij de begeleider. Vraag deelnemers om op of bij een bepaald icoontje te gaan staan en vanuit deze positie te vertellen wat de betekenis kan gaan worden (of is geweest) van het project. Je kan deze positie dan ook gaan bevragen ("waarom zou je instappen of wat weerhoudt je om in te stappen") verschillende posities met elkaar laten praten over wat ze van elkaar denken en vinden (bijvoorbeeld tussen brongroep en publiek). In dit spel kan overigens ook de locatie 'praten'. De methode is ook heel geschikt voor een krachtenveldanalyse omdat de 'spelers' heel fysiek kunnen uitdrukken en ervaren welke afstand of nabijheid ze ervaren van 'de ander' en het waarom daarvan. Al doende komen we veel emoties vrij van heel veel plezier tot veel pijn, niet alleen vanuit empathie maar vaak ook heel persoonlijk. Dat maakt dit een heel krachtig instrument om de ontwikkeling van een project te simuleren en de evaluatie van een project ook direct invoelbaar te maken. CAL-XL heeft voor sociaalartistiek twister ook een handleiding geschreven voor projectontwikkeling met de reis van de held als rollenspel in drie bedrijven.

Inzet van creatieve tools: Deel de groep in 4 sub-groepen:

1. Locatie: openbare ruimte in de wijk
2. Publiek: beeldvorming over de wijk
3. Brongroep: persoonlijke groei en ontwikkeling van deelnemers
4. Gemeenschap: sociale cohesie

Elke groep beantwoordt de volgende vragen:

Wat heeft het project opgeleverd voor de openbare ruimte in de wijk, de beeldvorming over de wijk, de sociale cohesie in de wijk of je eigen persoonlijke groei in dit project. Daarnaast denken de groepen ook na over wat ze nog gemist hebben in het project voor wat betreft openbare ruimte, beeldvorming, persoonlijke groei of sociale cohesie. Iedere groep doet op eigen manier en met eigen creatieve middelen.

Voorstel:

Focus	Benodigdheden	Opdracht
Beeldvorming	Tijdschriften, A-3 in kleur, scharen en lijm	Hoe heeft het project het beeld dat bestaat (onder wijkbewoners maar ook daarbuiten en in eigen groep) over de wijk positief veranderd? Op A-3 collage maken met passende krantenkoppen en bereid de presentatie aan de groep voor.
Openbare ruimte	Lego	Wat heeft het project gebracht in de fysieke ruimte van de wijk? Met lego bouw je eerst je eigen antwoord. Breng vervolgens alle bouwwerkjes samen op 1 plaat en bereid de presentatie aan de groep voor.
Persoonlijke groei	Papier, stift of potlood of verf	Wat heeft het project voor jou persoonlijk opgeleverd? Wat heb je geleerd over jezelf, waar ben je persoonlijk rijker geworden? Teken of verf dat op A-4, plak vervolgens alle A-4tjes op 1 flipover en bereid de presentatie aan de groep voor.
Sociale cohesie	-	Welke (nieuwe) verbindingen / relaties heeft het project gebracht in de wijk? Beeld dat uit in 3 standbeelden met de sub-groep. Maak van ieder standbeeld een foto. Bereid je "diapresentatie" voor.

ORIB- gespreksmethodiek

Etappe 4 Thuiskomen
Fase Evalueren

De ORIB biedt een heldere structuur voor effectieve communicatie rondom een onderwerp, probleem of ervaring. Het stimuleert het delen van ervaringen en geeft waardevolle nieuwe inzichten en perspectieven. Hierdoor kan iedereen in een groep actief deelnemen. Praktische toepassingen zijn o.a. het introduceren van een thema, het evalueren van gebeurtenissen en het bespreken van lastige onderwerpen.

Doelen

- Biedt ruimte aan betekenisvolle gesprekken en dialogen
- Verbreedt het perspectief van de groep
- Lokt duidelijke ideeën en conclusies uit
- Biedt ruimte aan iedereen om mee te praten

Opbrengst

Iedereen in de reisgroep voelt zich gezien en gehoord, heeft kunnen bijdragen en meedoen. Daardoor ontstaat hoge mate van betrokkenheid en commitment aan het project.

Benodigheden

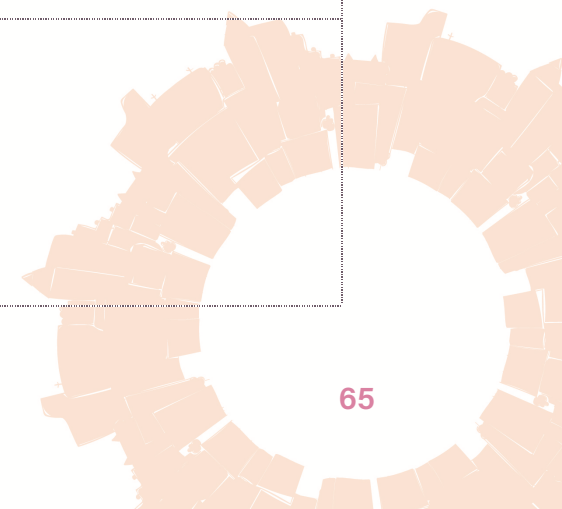
Bereid je gesprek (doelen en duur) en vragen voor op A-4

Duur

20-30 minuten

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Bepaal het kader, de doelen van het gesprek en in welke sfeer je het gesprek wilt voeren.	<ul style="list-style-type: none">• Bepaal je rationeel doel (praktisch doel het gesprek)• Bepaal gevoelsdoel (met welk gevoel wil je dat de groep of persoon wegloupt)
Stap 2	Schakel de 5 zintuigen in om iedereen mee te kunnen laten praten en feiten op tafel te krijgen (Objectieve vragen)	<ul style="list-style-type: none">• Brainstorm vragen uit de vragenlijst• Pas je taal aan de brongroep aan• Zorg ervoor dat je vragen zo zijn gesteld dat ze onmiddellijke en korte antwoorden uitlokken
Stap 3	Op zoek naar eerlijke, intuïtieve reacties (Reflectieve vragen)	<ul style="list-style-type: none">• Brainstorm vragen uit de vragenlijst• Pas je taal op de brongroep aan• Ga eerst op zoek naar positieve reacties voordat je om negatieve reacties vraagt.
Stap 4	Op zoek naar uitwisseling van ervaringen en meningen. De stap waarin je bouwt aan het collectieve bewustzijn en beschikbare opties en mogelijkheden blootgelegd worden. (Interpretatieve vragen)	<ul style="list-style-type: none">• Brainstorm vragen uit de vragenlijst• Pas je taal aan de brongroep aan• Stel vragen die betekenis, waarde of belang toevoegen aan de situatie, het onderwerp of gesprek. Bv: Wat betekent dit voor het vervolg?• Stel vragen die het individuele belang van reisgenoten zichtbaar maken. Bv: Wat betekent dit voor jou persoonlijk?
Stap 5	Op zoek naar collectieve meningen of oplossingen die tot de volgende actie kunnen leiden. (Besluitvormende vragen)	<ul style="list-style-type: none">• Brainstorm vragen uit de vragenlijst• Pas je taal aan de brongroep aan• Breng de groep naar een besluit of actie



Voorbeeldvragen

Objectieve vragen

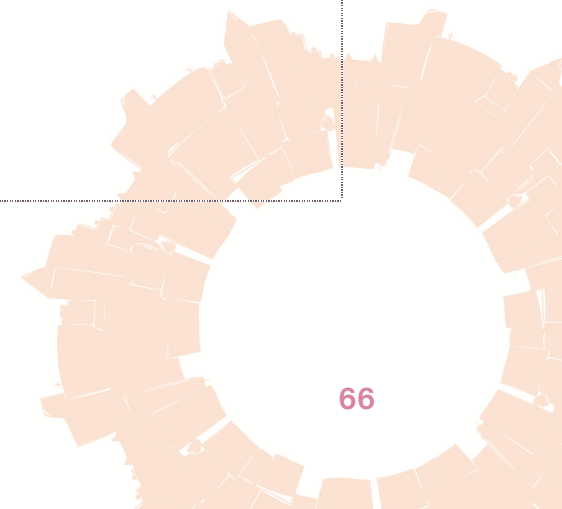
Wat zag je?
Wat hoorde je?
Welke woorden vallen op?
Wat hebben we gedaan vandaag?
Welke gebeurtenissen herinner je je van het afgelopen half jaar?
Wie waren er op het buurtfeest?

Reflectieve vragen

Wat stemt je tevreden en blij?
Waar maak je je zorgen over?
Welke actie vond je leuk?
Wanneer verveelde je je?
Waar was je geïrriteerd?
Waar is werk aan de winkel nodig?
Wat vond je inspirerend?
Wat vond je gemakkelijk om te doen?
Wat vond je moeilijk?
Interpretatieve vragen
Wat is het belang van dit?
Welke voordelen zie je?
Welke nadelen?
Wat lijkt het probleem in deze kwestie?
Wat heb je geleerd?
Welke nieuwe inzichten hebben we verworven?
Welke veranderingen moeten we aanbrengen in de straat-of buurtactie?

Besluitvormende vragen

Wat kunnen we op basis van onze conclusies besluiten?
Wat gaan we nu als eerste doen?
Wat zou je anders doen in het vervolg?
Welke eerste stappen moeten we nu zetten?
Als we het opnieuw doen, wat zouden we dan anders moeten doen?



Thermometer

Etappe 4 Thuiskomen
Fase Evalueren

We delen zelfgemaakte thermometers uit van papier. Daarop 0-10 of 0%-100%. Iedereen geeft op deze thermometer aan hoe die terugkijkt op een periode of actie.

Doelen

- Verduidelijkt de richting / koers
- Brengt leiderschapsrollen, middelen en verantwoordelijkheden op één lijn
- Bouwt vertrouwen en onderlinge steun in de groep

Opbrengst

Door naar een score te vragen, schep je kader. Een cijfer of percentage vormt een concreet vertrekpunt voor gesprek. Vanuit hier kun je als gespreksleider verdere verdiepvragen stellen.

Benodigheden

- Thermometers van papier
- Stiften

Duur

20 minuten

Aanpak

Stap		
Stap 1	Thermometer uitdelen	Geef iedereen de thermometer en een stift. Zorg dat het er mooi uit ziet.
Stap 2	Opdracht geven	Vraag iedereen om op de thermometer aan te geven hoe die terugkijkt naar de actie of periode.
Stap 3	Duo's	Vraag de groep om in tweetallen uit te wisselen over de ingevulde thermometer
Stap 4	Stopteken geven	Vraag een aantal van de bewoners om toelichting te geven op de thermometer van degene die die heeft gesproken Vraag daarna of iemand nog iets ANDERS wil toevoegen
Stap 5	Samenvatten	Vat de belangrijkste opmerkingen samen
Voorbeeldvragen		Hoe waardevol vond je de buurt/straatactie/afgelopen periode? Hoe graag wil je verder met dit project? Hoe hoog schat je je inzet in dit project? Etc.

5. Vertrekpunten

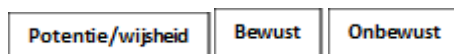
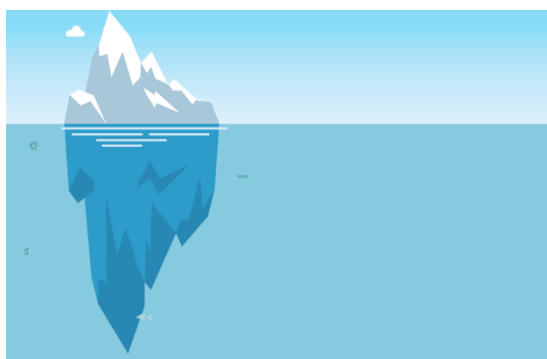
De reis van de held is gebaseerd op de grondgedachte van een aantal verschillende methoden.

5.1. Plan van aanpak: Onderliggende modellen

5.1.1. Deep Democracy

Besluiten nemen met elkaar. Zonder compromissen en werkelijk luisteren naar iedereen en de beste keuze maken voor dat moment.

Deep Democracy (DD) is ontstaan in Zuid-Afrika en ontwikkelt door Myrna Lewis. Vlak na de val van het apartheidsregime (1990) was het van groot belang om binnen bedrijven ervoor te zorgen dat blanke en zwarte mensen op een gelijkwaardige manier met elkaar konden samenwerken.



Groepsdynamiek volgens DD is een ijsberg. Boven water is Bewust: iedereen weet wat er speelt. Onder water is Onbewust: Niet iedereen is op de hoogte. De wijsheid/het potentieel van de groep ligt onder water, dit is de gecombineerde kennis van de groep. Deze wijsheid wordt ten volle benut als iedereen zegt wat er gezegd moet worden. Als je het volle potentieel van de groep wilt benutten kun je DD inzetten.

Dit bereik je met Deep Democracy

Deep Democracy is een innovatieve en zeer krachtige methode voor het leiden en begeleiden van groepen. Deze methode is ontwikkeld om besluiten met 100% draagvlak te bereiken. Anders dan in een meerderheidsdemocratie hebben zowel de meerderheid als de minderheid zeggenschap in een besluitvormingsproces. De technieken binnen dit model zorgen er voor dat zoveel mogelijk stemmen in een groep hoorbaar worden. Zo wordt de potentie van een groep volledig benut. Doordat alle expertise en kennis van de totale groep gebundeld wordt, komen duurzame beslissingen tot stand.

Negeren van de minderheidsstem vertraagt het proces achteraf ...

In elk project worden besluiten genomen. En iedereen zal herkennen dat deze besluiten met enige regelmaat worden tegengewerkt. Wellicht door goed geplaatste sarcastische grappen, subtiele speldenprikken onderwater of door openlijke tegenwerking en sabotage. Er gaat letterlijk energie verloren waardoor mensen steeds inefficiënter gaan werken en hun kracht verliezen. In de dynamiek van groepen gebeurt veel, zeker wanneer mensen zich niet gehoord voelen of het idee hebben dat hun mening genegeerd wordt. Wanneer de ideeën die ingaan tegen het meerderheidsstandpunt geen ruimte krijgen, gaat het wringen. We spreken hier vaak niet rustig en openlijk over, maar hebben allerlei manieren om 'onderhuids' en in de 'onderstroom' tegen te spartelen. We mopperen wel op de gang, maar tijdens de vergadering houden we onze mond. Of we zeggen ja tegen een voorstel maar doen nee en we verzinnen allerlei smoesjes waarom het toch niet kon. Tegen de tijd

dat de verschillen en botsende meningen boven water komen drijven, is er vaak al een diepe kloof geslagen tussen het meerderheids- en het minderheidsstandpunt. In elk team, en zeker in een (cultureel) divers team, speelt een dergelijke dynamiek. Om escaleren te voorkomen, is het belangrijk in een vroeg stadium het conflict op te zoeken. Niet verschillen wegpoetsen, maar onderzoeken.

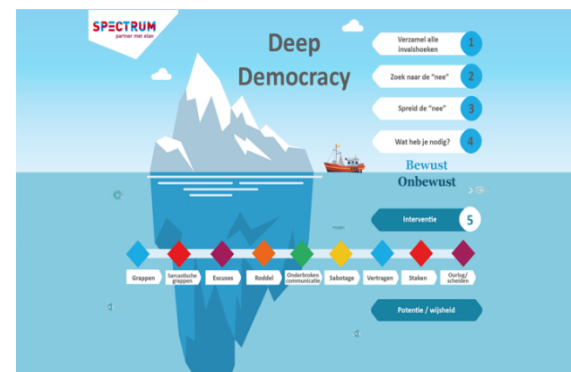
Deep Democracy is een methodiek die hierin faciliteert en in het tempo van de groep de waterlijn beetje bij beetje laat zakken om de onderstroom zichtbaar en hanteerbaar te maken.

Sabotagelijj

De Sabotagelijj beschrijft de stadia van sabotage die regelmatig in groepen optreden, meestal in dezelfde volgorde.

Uiteraard zijn hier, afhankelijk van de situatie, geschiedenis, persoonlijkheden en omstandigheden, uitzonderingen op. Maar al met al is de Sabotagelijj een goed instrument om de dynamiek van het verschil in een groep te duiden. De gedragingen die bij de stadia van sabotage horen, zijn in wezen gefrustreerde pogingen om onze menselijke wijsheid en creativiteit aan de groepsbesluiten toe te voegen. Het is uiteindelijk de kunst ze als dusdanig te duiden en te behandelen.

De Sabotagelijj is actief in alle lagen van de samenleving, in elke groep en op elke leeftijd. Ieder mens leert op jonge leeftijd sabotagetactieken en nieuwe medewerkers leren snel de favoriete spelregels van een organisatie. Hoe eerder we echter de signalen kunnen herkennen die de dynamiek van de Sabotagelijj blootleggen, des te meer kunnen we onze energie steken in het ontdekken van onze verschillende standpunten, om te komen tot succesvolle besluitvorming.



Stappen van Deep Democracy om een gedragen besluit te nemen

- Stap 1: Verzamel alle invalshoeken
- Stap 2: Zoek actief naar 'de nee'; 'de dissonant'; 'de afwijkende mening'
- Stap 3: Verspreid 'de dissonant'; wie herkent dit, heeft vergelijkbare mening? Creëer veiligheid voor de afwijkende, andere mening. Voorkom dat mensen alleen komen te staan; dat anderen zich verschuilen. Belangrijk is dat je hier als facilitator heel goed luistert naar wat er gezegd wordt en dat op een neutrale manier (dus zonder personen te benoemen) teruggeeft.
- Stap 4: Voeg wijsheid minderheid toe; wat heb je nodig om mee te komen? Het spijt me dat jouw voorkeur niet doorgaat ("lost your vote") Wat heb je nodig om mee te gaan met het meerderheidsbesluit?
- Stap 5: Duik in de onderstroom

Faciliteren vanuit Deep Democracy

In elk project dat je begeleidt, wil je faciliteren dat:

- De waterlijn zakt
- Alle gezichtspunten de ruimte krijgen
- Sabotagegedrag serieus genomen kan worden

- Het minderheidsstandpunt mee wordt genomen in het meerderheidsbesluit (wijsheid benutten)
- Een afwijkende mening opening biedt naar onbekende wijsheid.

Begeleiden vanuit neutraliteit en compassie

Neutraliteit

- Emotionele acceptatie dat alle dingen en meningen er mogen zijn
- Tegenstellingen kunnen faciliteren
- Bewustzijn van de werking van projecties. Denk aan kernkwadranten (allergie): oordeel over een ander zegt veel over jezelf

Compassie

- Energetische acceptatie voor dat wat is
- Compassie voor anderen ontstaat uit compassie voor jezelf
- Vanuit neutrale positie kun je makkelijk andere energie (mening/houding) gewaar worden

Boeken over Deep Democracy

Jitske Kramer – DEEP DEMOCRACY: De stem van de minderheid

Myrna Lewis – De erkenning van Het Nee

5.1.2. ABCD Methode

De Asset Based Community Development (ABCD) aanpak helpt om structuur te krijgen en zorgt voor een effectieve werkwijze waarmee je met beperkte tijd en energie toch veel voor elkaar krijgt.

ABCD richt zich op het ontdekken en versterken van de sterke punten van een buurt om positieve veranderingen te krijgen. In plaats van te focussen op problemen en tekortkomingen, benadrukt ABCD de kracht en potentie van buurtbewoners en hun capaciteit om samen te werken en verandering te creëren. ABCD bestaat uit praktische stappen. Bijvoorbeeld het in kaart brengen van de hulpbronnen en sterke punten van de gemeenschap, het betrekken van verschillende groepen en belanghebbenden en het bevorderen van zelforganisatie en gemeenschapsbetrokkenheid. De onderstaande iconografie van 'Mijn Buurtje' geeft wel een mooi beeld van een aantal belangrijke vetrekpunten van de methode. Daaruit spreekt ook wel de verwantschap met sociaalartistiek werk.



Meer weten over ABCD?

De ABCD-methode komt van oorsprong uit Amerika maar krijgt steeds meer navolging in Europa en in Nederland. In Nederland is LSA een belangrijk platform geworden. Kijk op hun [website](#) of bestel het boek "Altijd nieuw gedoe", het meest recente standaardwerk in Nederland onder redactie van Eelco Visser.

Een andere introductie '[buurt maken](#)' van het VSB fonds kun je hier downloaden.

Wil je naar de bron, bezoek dan de website van het [De Paul ABCD Institute](#) van Jody Kretzmann in Chicago of het platform [Nurture Development](#) van Cormac Russell in Dublin.

5.1.3. Projectlevenscyclus

Alle projecten hebben een begin en een einde. Ze doorlopen dezelfde cyclus van initiatie, planning, uitvoering, monitoring en evaluatie. Projecten zijn tijdelijke inspanningen, ontworpen en georganiseerd om waarde te creëren, en wanneer die waarde is geleverd, houdt het project op te bestaan. Deze cyclus van het ontstaan, de volwassenheid tot en met de afsluiting van een project staat bekend als de projectlevenscyclus of de levenscyclus van een project.



5.1.4. Capabilities benadering, de waarde van welzijn kaarten

Hoe voer je een betekenisvol gesprek? Een gesprek dat gericht is op de wensen en mogelijkheden van de gesprekspartner? De gesprekskaarten Waarde van Welzijn bieden hiervoor uitkomst. Deze richten zich op het zo breed mogelijk verkennen van wensen en mogelijkheden van de gesprekspartner. De kaarten nodigen de gesprekspartner uit aan te wijzen welke thema's of domeinen voor zichzelf van belang zijn. Zo krijgt de gesprekspartner inzicht in:

- Mogelijkheden (capabilities) die hij/zij waardevol vindt (in het leven) en wensen die hij/zij daarin heeft;
- De samenhang tussen zijn/haar wensen en mogelijkheden;
- Omstandigheden die zijn/haar wensen en mogelijkheden beïnvloeden.

Dit inzicht is waardevol op zichzelf, maar kan ook helpen om keuzes te maken in ontwikkelpunten, vragen of ondersteuningsbehoefte.

Capabilities benadering

De gesprekskaarten Waarde van Welzijn zijn gebaseerd op de capability benadering waarin menselijke vrijheid en diversiteit belangrijke uitgangspunten zijn. In deze benadering staat centraal wat de realistische mogelijkheden van personen zijn om in hun dagelijks leven uitdrukking te geven aan het leven dat zij waardevol vinden. De kern is dat elke persoon zich een eigen beeld vormt van hoe te leven en dat voor zichzelf nastreeft, vanuit eigen levensdoelen, waardevolle activiteiten, capaciteiten en wensdromen.

Tegelijkertijd biedt de omgeving voor elke persoon mogelijkheden, hulpbronnen en omstandigheden, waarvan sommige relevant voor je kunnen zijn, maar andere wellicht niet. De mate van welzijn van de persoon wordt dan bepaald door de realistische vrijheid die de persoon ervaart om dat waardevolle leven invulling te geven. Deze waardevolle en realistische mogelijkheden noemen we capabilities.

Belemmeringen en speciale mogelijkheden

In de praktijk zien we dat er nogal wat verschillen zijn tussen de mate waarin mensen over waardevolle en realistische mogelijkheden beschikken. Als je bijvoorbeeld een beperking hebt kun je uitgesloten worden van vele voor jou waardevolle mogelijkheden, of als je een bijzonder talent hebt creëert dat wellicht waardevolle mogelijkheden die een ander niet heeft. Om te kunnen zien of en welke sociale ondersteuning of interventie nodig is moeten we zicht krijgen op waar deze verschillen tussen mensen onrechtvaardig zijn en met welke belemmeringen of juist speciale mogelijkheden een persoon te maken krijgt in de eigen unieke context.

Wanneer inzetten?

De gesprekskaarten kunnen gebruikt worden bij de volgende typen gesprekken;

- Persoonlijke ontwikkelgesprekken. Denk aan begeleidingsgesprekken met de makers/kunstenaars, vrijwilligers, etc.
- Gesprekken in de context van sociale activering. Denk aan bewoners met wie je in gesprek gaat en die je wilt uitnodigen om mee op reis te gaan;
- Algemene verkenningen van de leefwereld. Denk aan wijkgesprekken met bewoners en professionals;
- Ophalen van verhalen.

Het kan hierbij gaan om individuele of groepsgesprekken.

5.2 Basismethodieken: altijd handig

Tijdens de Reis van de held hebben we op een aantal verschillende momenten in het proces dezelfde methodieken gebruikt. Dit zijn de basismethodieken binnen de Reis van de held, de methodieken die etappe-overschrijdend zijn en dus op verschillende momenten ingezet kunnen worden.

Buzzen

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen
Fase Alle fasen | Basistool

Het woord buzzen komt voort uit het geroezemoes dat ontstaat wanneer duo's van gedachten wisselen. Je kan deze vorm toepassen in bijna elke situatie, in grote en kleine groepen.

Door eerst veilig in een kleine groep van gedachten te wisselen maakt het voor sommige mensen makkelijker om iets in te brengen in de grote groep. Het is ook een manier om mensen die lang van stof zijn eerst met elkaar te laten praten om daarna kort en kracht het resultaat van het buzzen in de groep terug te brengen.

Doel

Deelnemers wisselen eerst in tweetallen hun meningen, ervaringen of ideeën uit voordat zij deze inbrengen in de grotere groep.

Opbrengst

Ook de stem horen van mensen die in een grotere groep niet zo snel iets zeggen, en langpraters te laten samenvatten.

Benodigheden

Geen

Aandachtspunten

- Let op dat iedereen een buzz partner heeft. Zo niet, dan maak je een groep van 3.
- Luister vooral naar het geluidsniveau. Het is een indicatie van de tijd de groep nodig heeft om het punt te bespreken.

Duur

- Uitleg opdracht: 2 min.
- Buzzen: max 5 min.
- Bespreken: 5 min.

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiding treffen	Bedenk de buzz vraag van tevoren.
Stap 2	Opdracht geven	Lees de vraag voor waarover je van gedachten wilt wisselen. Vraag de deelnemers om dit met hun buurman of buurvrouw te doen. Geef aan hoeveel tijd er voor het buzzen is. Geef een duidelijk startsein.
Stap 3	Afronding aankondigen	Als het geluidsniveau zakt, geef je aan dat er nog 1 minuut is om het gesprek af te ronden.
Stap 4	Opbrengst delen	Vraag na het buzzen aan enkele deelnemers wat het gesprek heeft opgeleverd. Laat anderen eventueel aanvullen met inzichten die nog niet gedeeld zijn.

Check-in en Check-uit

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen
Fase Basistool voor alle fases

Een check-in zorgt dat mensen gefocust zijn op de bedoeling van de bijeenkomst en dat ze er ook echt zijn met al hun belangen, vragen en emoties. Een check-out zorgt ervoor dat wat gezegd moet worden gebeurt in de meeting zelf en niet bij de borrel achteraf. Het is geen gesprek maar je deelt of 'dumpt' wat je kwijt wil. Een check-in en check-out doe je omdat we aan het begin elkaar echt willen ontmoeten en aan het eind van de bijeenkomst elkaar en de setting ook echt willen loslaten.

Doel

Je geeft iedereen de ruimte om iets te zeggen: over zichzelf, de agenda de bijeenkomst en het geeft inzicht in zaken die belangrijk zijn voor de groep, evt. emoties en energie, zonder hier meteen over in discussie te gaan.

Opbrengst

De check-in en check-uit zijn een krachtige en eenvoudige manier om te weten wat er speelt, wat belangrijk is voor de deelnemers en het verdiept de relatie van de groep. Het is doelgericht, de onderhuidse spanningen komen veel eerder op tafel, mensen zijn geconcentreerder en meer gefocust, komen sneller tot he point, geen losse eindjes en minder geroddel in de wandelgangen.

Benodigheden

Geen

Aandachtspunten

- Wees zelf open en eerlijk. Dat nodigt anderen ook uit om dit te zijn
- Voorkom discussie. Het is een methodiek waarin je op een snelle manier ophaalt wat er in de groep leeft. Door het goed samen te vatten doe je recht aan wat er is ingebracht.
- Je kan eventueel vragen/discussies uit de check-in plek geven in het vervolgprogramma
- Bij de check-out zorg je dat eventueel vragen of zorgen een plek krijgen door het op de agenda van de volgende keer te zetten of direct te beantwoorden. Dat voorkomt dat mensen er mee blijven.

Duur

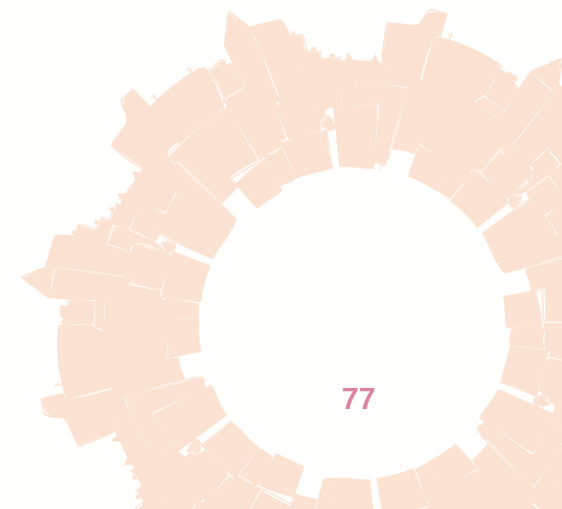
Zolang als nodig

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiden	Bedenk van tevoren welke vragen je wilt stellen in de check-in of check-out. Kies deze zorgvuldig in lijn met het thema/context van de dag.
Stap 2	Check-in Check-uit	Stel de vragen aan de groep. Nadat je de vragen hebt benoemd beantwoord je deze zelf als eerste. Als leider, maar ook als neutrale begeleider. Door zelf eerlijk en open te zijn, en iets van jou als persoon te laten zien, maak je het veilig voor anderen om dit voorbeeld te volgen. Daarna volgen de anderen. Je kan dit op volgorde doen, maar ook mensen laten inchecken als ze dat willen (als popcorn stijl).
Stap 3	Samenvatten	Aan het einde van de check-in geef je een samenvatting van alle verschillende zaken die genoemd zijn, waarmee je de rode draden weergeeft van gedachten, gevoelens, behoeften en ideeën. Aan het einde van de check-uit geef je ook een samenvatting. Je zet evt. discussiepunten op de agenda voor de volgende keer of, als de tijd het toelaat, maak je tijd vrij om het gesprek nu te hebben.
	Check-uit	Teken in het eerste vak de huidige situatie van de buurt (Wat zie je nu, wie zie je nu, wat gebeurt er maar ook wat gebeurt er (nog) niet of mist er, wat is nodig, etc.)

Voorbeeld Check-in vragen

- Waarop ben jij trots in jouw wijk?
- Wat houdt je op dit moment bezig in jouw wijk?
- Welk talent heb jij?
- Welke vraag wil jij vandaag beantwoord zien?
- Wat had je de vorige bijeenkomst willen zeggen, maar hield je voor jezelf?
- Hoe ziet het ideale vervolg voor jou eruit na deze vergadering?
- Hoe ziet jij er op dit moment bij qua energie?
- Waar ben je eigenlijk elke dag dankbaar voor?



Elevator Pitch – snelle presentaties

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen
Fase Basistool voor alle fases

Een elevator pitch duurt maximaal één minuut. Dat is de tijd die er is om iemand zich voor te laten stellen of anderen te overtuigen van een idee. Het belangrijkste onderdeel van de elevator pitch is de manier waarop iemand zichzelf of zijn of haar idee presenteert. De opbouw van een elevator pitch is als volgt: probleem – oplossing – USP's – uitsmijter.

Doelen

- In korte tijd met elkaar kennismaken.
- Op een assertieve manier een idee uitleggen/voorleggen.

Opbrengst

Kennis gemaakt of ideeën uitgewisseld.

Benodigheden

Geen

Aandachtspunten

Geen

Duur

- Uitleg opdracht: 2 min.
- 1 min. per pitch

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Kring maken met deelnemers	Staand, zorg voor voldoende ruimte.
Stap 2	Stappen uitleggen	Vraag toelichten, we gooien de bal naar elkaar en geven met één woord antwoord op de vraag. Voorbeeld vragen: Hoe vond je de bijeenkomst? Welk woord stond voor jou centraal vandaag? Welke woord neem je mee naar huis?
Stap 3	Uitvoeren	Eén deelnemer de bal toegooien en een onderwerp noemen dat in de bijeenkomst aan de orde was. De deelnemer uitnodigen de bal naar een ander te gooien en eveneens een onderwerp te noemen.
Stap 4	Opbrengst delen	Vraag na het buzzen aan enkele deelnemers wat het gesprek heeft opgeleverd. Laat anderen evt. aanvullen met inzichten die nog niet gedeeld zijn.

Feedback geven en ontvangen

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen

Fase Basistool voor alle fases

Met feedback geef je terugkoppeling over het gedrag of de prestaties van een ander. Feedback is onmisbaar wanneer je samenwerkt omdat je met feedback elkaar bijstuurt en zo samen beter wordt. Feedback ontvangen kan onprettig zijn daarom is het belangrijk dat iedereen zich aan de regels houdt (zie aandachtspunten). Hieronder schetsen we twee feedbackmethoden: 4G's; ik-ik-jij-methode.

Doelen

- Jezelf uitspreken en conflicten vermijden
- Een ander kan iets leren over zijn gedrag en de vrijheid krijgen hier iets aan te veranderen als hij dat wil.
- Verbeteren samenwerking

Opbrengsten

- Bewust worden van gedrag
- Verbeterde samenwerking

Benodigheden

Geen

Duur

10 -20 minuten per feedbackronde

Aandachtspunten / Regels voor feedback geven

1. Beschrijf veranderbaar gedrag: Je geeft feedback op wat iemand gedaan heeft, niet hoe iemand is.
2. Beschrijf concreet en specifiek gedrag dat je zelf hebt gezien of gehoord: Gebruik geen zinnen met woorden als 'altijd' of 'nooit'.
3. Gebruik een ik-boodschap: De ik-boodschap zegt iets over jou. Over jouw behoefte, jouw vraag om begrip.
4. Geef aan welk effect dat gedrag op je heeft: Welk gevoel of welke gedachten komen er bij jou naar boven door dit gedrag?
5. Laat je gesprekspartner reageren: Geef de ander ook echt de ruimte om te reageren.
6. Vraag om het gewenste gedrag: Geef duidelijk aan wat je van de ander wilt.
7. Verken samen oplossingen of achtergronden : Luister actief naar elkaar en werk samen aan een oplossing.

Aandachtspunten / Regels voor feedback ontvangen

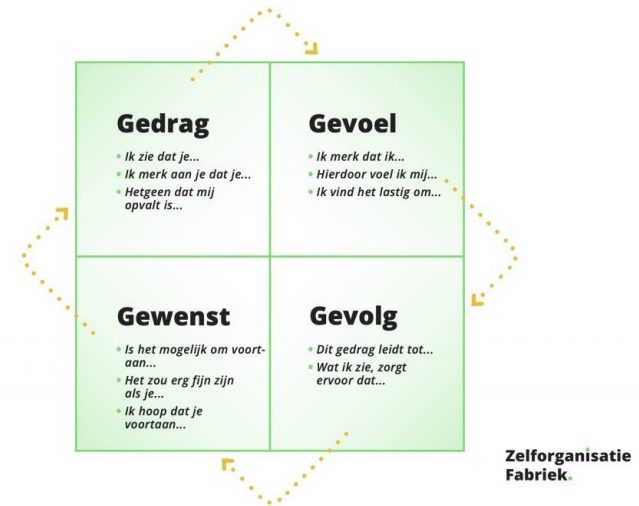
1. Luister actief: laat zien dat je aandacht hebt voor degene die jou feedback geeft.
2. Vraag om uitleg: Schiet niet in de verdediging, verplaats je in je gesprekspartner en vraag door totdat je begrijpt wat hij bedoelt.
3. Bedank je gesprekspartner, toon waardering: De ander steekt z'n nek uit door je aan te spreken en wil investeren in de (professionele) relatie. Dank je wel voor je inzicht, ik ga ermee aan de slag.

4. Verwerk de feedback, denk erover na: reageer niet direct, bedenk eerst wat je met de feedback wilt doen. Vraag de ander welke verandering van jouw gedrag hij wenst, voordat je besluit.
5. Onderneem actie: Wat doe je ermee? Je kunt er ook niets mee doen, deel dat dan wel aan je gesprekspartner mee.

Feedbackmethode 4G's

De 4 G's staan voor gedrag, gevoel, gevolg, gewenst. Door je feedback op te bouwen aan de hand van deze 4 stappen zorg je voor een logisch verhaal.

1. Gedrag Je focust hierbij op het gedrag of de prestaties van de ander, dus niet op de ander als persoon.
2. Gevoel je vertelt hoe je je daarbij voelt.
3. Gevolg Je benoemt wat er kan gebeuren door zijn of haar gedrag.
4. Gewenst Je geeft aan welk gedrag je liever ziet.



Ik-ik-jij-methode

Door je feedback volgens de stappen van de ik-ik-jij-methode op te bouwen, belicht je zowel de kant van de gever als de ontvanger:

1. Ik Eerst maak je het gedrag bespreekbaar.
2. Ik Daarna vertel je wat je gevoel daarbij is.
3. Jij Daarna vraag je de ander of hij of zij dat gedrag herkent en of hij of zij er iets over wil vertellen.

Gesprekskaarten - Associëren met ansichtkaarten

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen

Fase Alle fasen | Basistool

Ansichtkaarten helpen deelnemers te associëren op thema's (bijvoorbeeld het gevoel dat ze hebben bij hun wijk) en ook bij te reflecteren en te evalueren op wat ze gedaan hebben.

Deze methode kan op verschillende momenten tijdens de reis ingezet worden.

Doelen

- Associëren
- Dialoog en gesprek faciliteren

Opbrengst

Ansichtkaarten helpen input genereren op vragen. Bijvoorbeeld: Wat betekent de wijk voor jou? Daarbij is ruimte voor veel verschillende perspectieven. De kaarten kunnen dialoog en gesprek faciliteren.

Benodigheden

- Flipover met daarop de vraag
- Ansichtkaarten

Aandachtspunten

- Voor een informele setting, laat deelnemers rondlopen in ruimte.
- Deelnemers mogen zelf kiezen met wie ze willen spreken. Mag in groep, mag per 2.
- Loop rond en help deelnemers die geen gesprekspartner hebben naar een gesprek.

Duur

- Uitleg opdracht: 5 min.
- Kiezen kaarten en in gesprek met elkaar: 10-20 min
Afhankelijk van de grootte van de groep en de vraag die je stelt, kost het kiezen van de kaarten en het voeren van de gesprekken tussen de 10 en 20 minuten.
- Samenvatten: 5-10 min.

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereidingen treffen	Leg de ansichtkaart met de afbeelding naar boven op tafel. Zorg voor voldoende beweegruimte. Hang een flipover op met daarop de vraag die je stelt.
Stap 2	Opdracht toelichten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stel je vraag, voorbeeldvragen: <ul style="list-style-type: none"> • Kies een kaart die jouw wijk het beste weergeeft. • Kies een kaart die goed laat zien hoe wat anders moet in je wijk. • Kies een kaart die uitlegt wat goed was aan jullie actie in de wijk. • Kies een kaart die goed uitlegt wat moeilijk was in jullie actie in de wijk. • Kies een kaart die jouw wens voor de wijk weergeeft. • Etc. 2. Leg uit dat iedereen vrij mag rondlopen en dat je met iedereen in gesprek mag over de vraag en de kaart die je gekozen hebt.
Stap 3	Terugkoppeling en verzameling van antwoorden	Herhaal de vraag bijvoorbeeld, welke wensen hebben jullie voor de wijk en richt je tot de deelnemers: Welke wensen die jullie hebben gehoord, willen jullie graag delen? <ul style="list-style-type: none"> • Welke wensen hebben jullie verrast? • Welke wensen waren verrassend? • Welke wensen moeten we onderstrepen en meenemen in de rest van de sessie?

Intervisie

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen
Fase Basistool voor alle fases

Met deze zelfhulpmethode help je als collega's elkaar om beter te worden. Dit gebeurt op vrijwillige en gelijkwaardige basis in een intervisiegroep. De intervisiegroep heeft de meeste kans van slagen als iedereen dezelfde verwachtingen heeft. Een ideale intervisiegroep voldoet aan deze voorwaarden: gelijkwaardigheid van gezag, vaardigheden en inzet; vertrouwelijkheid, praktische zaken op orde; 5-6 deelnemers; bijeenkomsten eens per 8 weken.

Doelen

- Als individu (en als groep) beter worden in hetgeen je doet
- Van elkaar leren.

Opbrengst

- Advies gekregen voor een ingebracht probleem

Aanpak – vijfstappenmethode

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Voorbereiden	Laat je deelnemers in een kring plaatsnemen.
Stap 2	Vraag introduceren	Je laat iemand een vraag inbrengen en toelichten.
Stap 3	Probleem verkennen	De deelnemers verkennen de vraag door vragen te stellen en af en toe samen te vatten.
Stap 4	Kern van het probleem formuleren	Gezamenlijk formuleren de deelnemers de kern van het probleem
Stap 5	Adviesronde	Elke deelnemer formuleert tenminste één advies, de inbrenger reageert hierop door uit te spreken welk advies aanspreekt en welke niet.
Stap 6	Evalueren	Je rondt af door het proces gezamenlijk te evalueren.

Aanpak – roddelmethode

Bij deze methode moet de inbrenger toezien hoe de anderen over hem 'roddelen'. Hij mag zich niet mengen in het gesprek.

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiden	Laat je deelnemers in een kring plaatsnemen.
Stap 2	Vraag introduceren	Je laat iemand een vraag inbrengen en toelichten.
Stap 3	Probleem verkennen	De deelnemers verkennen de vraag door vragen te stellen en af en toe samen te vatten.
Stap 4	Roddelen	De vraagsteller gaat buiten de kring zitten en mag zich niet met het gesprek bemoeien maar aandachtig luisteren en aantekeningen maken. De deelnemers roddelen met elkaar over de achtergronden van de vraag, de mogelijke oorzaken en oplossingen.
Stap 5	Ervaren	De vraagsteller neemt weer plaats in de groep en vertelt hoe hij of zij het ervaren heeft om langs de lijn te zitten. Hoe was dat? En is hij/zij/hen het eens met het gegeven advies?
Stap 6	Evaluëren	Je rond af door het proces gezamenlijk te evalueren.

Aanpak – clinicmethode

De clinic is een soort rollenspel. De inbrenger demonstreert de probleemsituatie die hij of zij vaak tegenkomt. Dit doet hij of zij door de verschillende rollen van de probleemsituatie zelf te spelen. Vervolgens krijgen de groepsleden de kans om de rol van de inbrenger te spelen om hem zo alternatieve houdingen te laten zien.

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiden	Laat je deelnemers in een kring plaatsnemen.
Stap 2	Vraag introduceren	Je laat iemand een vraag inbrengen en toelichten.
Stap 3	Demonstreren	De inbrenger demonstreert de situatie door te switchen tussen twee of meer stoelen (op elke stoel speelt hij een andere rol uit de situatie). Zo krijgen de groepsleden een beeld van het probleem.
Stap 4	Alternatieven proberen	De andere groepsleden gaan op 'op de stoel' van de inbrenger zitten. Ze mogen daarbij een andere houding aannemen dan die van de inbrenger. Bijvoorbeeld: als de inbrenger heel terughoudend of verlegen was, mogen zij een meer zelfverzekerde houding aannemen.

Stap 5	Uitspreken over aanpak	Na elke scene spreekt de inbrenger zich uit over de uitgebeelde aanpak.
Stap 5	Evalueren	Je rond af door het proces te evalueren.

Aanpak – Turboadviesronde

Nuttig voor wat grotere
groepen

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Vorbereiden	Laat je deelnemers in een kring plaatsnemen. Zorg ervoor dat iedereen pen en papier bij de hand heeft.
Stap 2	Vraagintrodactie	Je laat iemand een (praktische) vraag inbrengen en toelichten.
Stap 3	Adviesronde	Alle deelnemers schrijven hun advies op een papiertje en geven deze door aan de vragensteller. De vragensteller leest de adviezen voor.
Stap 4	Evalueren	Je rond af door het proces te evalueren.

Aandachtspunten

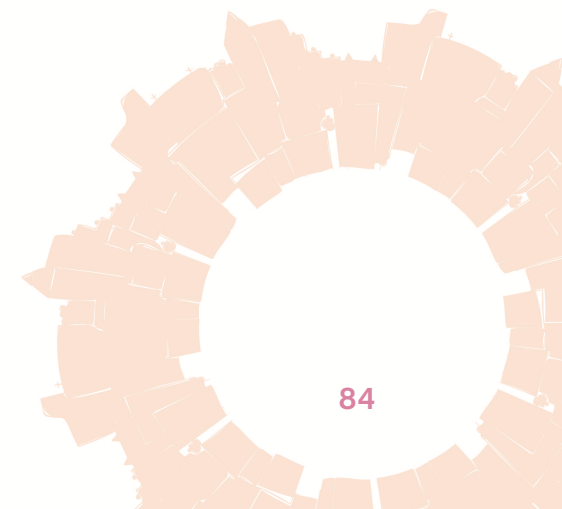
- Zorg ervoor dat iedereen een gelijkwaardige positie heeft in een intervisiegroep – geen hiërarchie
- Geen therapeutische gesprekken
- Zorg ervoor dat iedereen zich kan uitspreken
- Plan de bijeenkomsten vooruit en op vaste tijdstippen
- Koppel terug naar de vorige bijeenkomst
- Ga moeilijke onderwerpen niet uit de weg
- Zorg voor structuur

Benodigheden

Pen en papier voor methode turboadviesronde

Duur

Elke methode 1 uur



Hot ball

Etappe 1-4
Fase

Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen
Basistool voor alle fases

Gebruik je bij de afsluiting van de bijeenkomst en/of opstart nieuwe sessie.

Doelen

- Bijeenkomst (of onderwerp) goed afronden.
- Om na de lunch of andere pauze iedereen weer in beweging te krijgen.

Opbrengst

De bijeenkomst wordt goed afgerond doordat deelnemers nog kort iets kunnen teruggeven over de bijeenkomst. Het geeft ook input voor jezelf hoe de bijeenkomst is ervaren.

Benodigheden

Zacht balletje

Aandachtspunten

- Zorg dat deelnemers al in de kring staan als je begint met de uitleg.
- Probeer de vaart erin te houden, maak bijvoorbeeld de spelregel dat de bal niet lang in de handen van één persoon is.

Duur

- Uitleg opdracht: 2 min.
- Spelen van hot ball: 5 min. eventueel langer

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Kring maken met deelnemers	Staand, zorg voor voldoende ruimte.
Stap 2	Stappen uitleggen	Vraag toelichten, we gooien de bal naar elkaar en geven met één woord antwoord op de vraag. Voorbeeld vragen: Hoe vond je de bijeenkomst? Welk woord stond voor jou centraal vandaag? Welke woord neem je mee naar huis?
Stap 3	Uitvoeren	Eén deelnemer de bal toegooien en een onderwerp noemen dat in de bijeenkomst aan de orde was. De deelnemer uitnodigen de bal naar een ander te gooien en eveneens een onderwerp te noemen.
Stap 4	Opbrengst delen	Vraag na het buzzen aan enkele deelnemers wat het gesprek heeft opgeleverd. Laat anderen evt. aanvullen met inzichten die nog niet gedeeld zijn.

Neem je buur mee

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen
Fase mobiliseren | basistool vanaf etappe 1 in het proces

In de reis van de held brengen we een beweging in gang. In de eerste fase belt de professional aan bij bewoners in de wijk. Om kennis te maken, op zoek te gaan naar talenten en passies en uit te nodigen om mee te doen. De professional gaat dus het eerste contact aan.

Als de reisgroep eenmaal is gevormd, breng je de bewoners samen in een bewonersbijeenkomst. Vanaf de eerste bijeenkomst vraag je bewoners om een buur of vriend mee te nemen naar de volgende bijeenkomst of actie. Zo verbreden we de groep en wordt de beweging op meer schouders gedragen. We werken toe naar een betrokken wijk.

Doelen

- Verbreden van je reisgroep
- Talenten zoeken, vinden en aanboren
- Nieuwe wijkverbindingen leggen

Opbrengst

Een brede doelgroep die samen het verschil kan gaan maken.

Benodigheden

Je reisgroep

Aanpak

Na elke bewonersbijeenkomst vraag je je reisgenoten om een buur of vriend uit de wijk mee te nemen naar de volgende bijeenkomst of actie. Een mooie uitnodigingsvraag is voor een actie of event is: Zullen we samen gaan?

Pecha Kucha – snelle presentaties

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen

Fase Basistool voor alle fases

Pecha Kucha is een Japans woord voor prietpraat. Met een Pecha Kucha presenteren deelnemers een powerpointvoorstelling van 20 dia's, in een totale tijd van 6 minuten en 40 seconden. Elke dia wordt daarbij precies 20 seconden getoond. Deze eisen dwingen je deelnemers creatief en to the point te zijn. Er zijn geen restricties voor de inhoud van de presentatie. Je gebruikt het voor het presenteren van ideeën. Je kunt in één bijeenkomst meerdere Pecha Kucha's doen.

Doel

Presentaties beknopt en snel houden

Opbrengst

Meer rendement uit presentaties, terwijl ze minder tijd in beslag nemen

Benodigdheden

- Beamer
- Powerpoint presentatie van 20 dia's die automatisch 20 seconden getoond worden

Aandachtspunten

- PPT dia's kunnen afbeeldingen, tekst, video's of combinatie hiervan bevatten die toegelicht worden door de presentator.
- De groep kan soms moeite hebben de informatie te volgen omdat de presentatie snel gaat.
- Omdat het format vrij onpersoonlijk is kan het kans op verbinding verminderen. Er is tijdens de presentatie geen ruimte voor reactie of terugkoppeling.

Duur

- Uitleg opdracht: 2 min.
- Per presentatie: 6.40 min.

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Kring maken met deelnemers	Staand, zorg voor voldoende ruimte.
Stap 2	Stappen uitleggen	Vraag toelichten, we gooien de bal naar elkaar en geven met één woord antwoord op de vraag. Voorbeeld vragen: Hoe vond je de bijeenkomst? Welk woord stond voor jou centraal vandaag? Welke woord neem je mee naar huis?
Stap 3	Uitvoeren	Eén deelnemer de bal toegooien en een onderwerp noemen dat in de bijeenkomst aan de orde was. De deelnemer uitnodigen de bal naar een ander te gooien en eveneens een onderwerp te noemen.
Stap 4	Opbrengst delen	Vraag na het buzzen aan enkele deelnemers wat het gesprek heeft opgeleverd. Laat anderen evt. aanvullen met inzichten die nog niet gedeeld zijn.

Sleutelbos

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen
Fase Mobiliseren | Basistool

De sleutelbos is een leuke en laagdrempelige manier om mensen kennis te laten maken met elkaar en meer persoonlijke onderwerpen aan bod te laten komen.

Doel

- Kennismaking
- Om meer persoonlijke onderwerpen aan bod te laten komen

Opbrengst

De deelnemers leren elkaar beter kennen en het zorgt voor meer verbinding.

Benodigheden

- Flap met vragen
- Iedere deelnemer eigen sleutelbos

Aandachtspunten

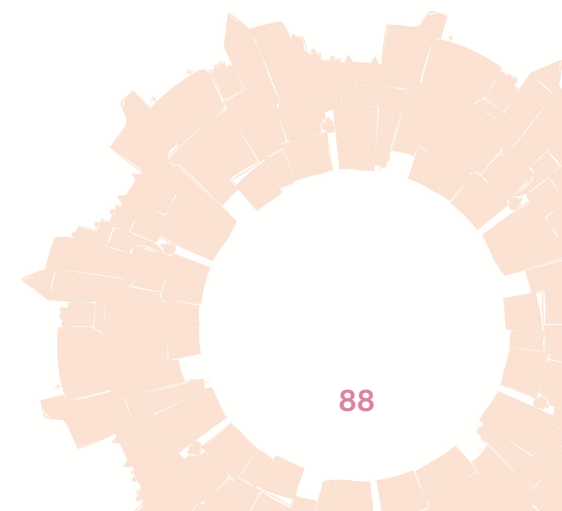
- Houd de tijd per persoon in de gaten
- Zorg er in ieder geval voor dat je zelf een sleutelbos bij je hebt
- Schroom niet iets over jezelf te vertellen, wees enthousiast
- Wanneer iemand geen sleutelbos bij zich heeft: laat iets over een ander voorwerp uit jas/tas vertellen.

Duur

- Toelichting sleutels: 2 minuten per persoon

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Nodig uit	Vraag elke deelnemer aan de hand van zijn/haar/diens sleutelbos iets over zichzelf te vertellen.
Stap 2	Sleutelbos toelichting	Begin zelf met het toelichten van je sleutelbos. Je geeft de beurt door aan iemand, totdat iedereen is geweest.



Stappen naar de toekomst

Etappe 1-4 Oproep tot avontuur, Over de drempel, Het verschil maken, Thuiskomen
Fase Uitvoering | Basistool

Met deze werkvorm maak je als groep letterlijk stappen naar een projectplan. De groep formuleert mijlpalen en acties en legt deze chronologisch op de grond. Als het plan af is loopt het team letterlijk over of langs de stappen om te checken of het concreet genoeg, haalbaar of volledig is.

Deze werkvorm draagt bij aan meer draagvlak en overeenstemming. De ervaring leert dat door letterlijk de stappen te nemen de groep ook in de gaten heeft als de stappen te groot of onhaalbaar zijn. In zo'n geval kunnen er ter plekke tussenstappen gezet worden of toegevoegd daardoor de groep er wel in gelooft.

Doelen

- Concrete plannen maken en toetsen of deze haalbaar zijn.
- Meer draagvlak en overeenstemming.

Opbrengst

De groep heeft een gedeeld beeld bij het project en de stappen die genomen moeten worden.

Benodigheden

- A4-tjes, post-its
- Stiften

Aandachtspunten

- Zorg dat je oog hebt voor signalen en bespreek deze.
- Bijvoorbeeld iemand wil de stap naar de volgende activiteit niet maken. Vraag dan: 'Ik zie dat je aarzelt, welke actie moet er nog tussen zodat jij ook deze stap kunt zetten?'
- Vraag door totdat er een concrete formulering is en voeg deze op A4 toe aan het plan.

Duur

- Uitleg opdracht: 5 min.
- Maken buurtkaart: 40 min.
- Bespreken: 5 min. per groep

Aanpak

Stap	Wat	Hoe
Stap 1	Opbrengst formuleren	Licht toe dat we gezamenlijk een plan gaan maken voor een project (bijvoorbeeld een sociaal-artistisch project in de wijk). We gaan de stappen op de grond visualiseren. Vraag de groep erbij te komen staan en stel de vraag: Wat moet het project opleveren. Schrijf deze concrete opbrengst met een stift op A4tje. Vraag één persoon hoe ver dit resultaat weg is. Laat deze persoon het A4tje op de grond leggen (aan de andere kant van de ruimte).
Stap 2	Mijlpalen formuleren	De groep staat nog steeds bij je en kijkt in de richting van het doel dat op de grond ligt. Vraag de groep wat de eerste mijlpaal is die zij op weg naar hun resultaat kunnen boeken? Schrijf die op een A4tje en laat dit op de grond leggen. Noteer zo ook de andere mijlpalen.
Stap 3	Acties formuleren	Vraag de groep welke acties we moeten ondernemen om de eerste mijlpaal te behalen. Schrijf de acties op A4tjes met een andere kleur of grote post-its. Zorg dat de vorm of kleur onderscheidend is van de mijlpaal. Leg de acties vóór de eerste mijlpaal. Formuleer ook de acties die nodig zijn voor de volgende mijlpalen.
Stap 4	Stappen zetten	De groep staat nog steeds bij de start van het plan. Blick vooruit naar de eerste actie en vraag de groep om de stap hierheen te zetten als zij deze haalbaar vinden. De eerste stap is vaak goed te nemen. De groep maakt allemaal de beweging. Latere stappen worden vaak lastiger. Iedereen aarzelt, stapt vooruit of toch weer terug. Voor jou een signaal om de vragen of er een tussenstap nodig is of dat de actie of mijlpaal anders geformuleerd moet worden. Loop met de groep alle stappen door tot aan het eindresultaat. Je kan eventueel ook data noteren waarop acties en mijlpalen afgerond moeten zijn. Ook kan je namen toevoegen bij acties van hen die ervoor verantwoordelijk zijn.

6. Bijlage

BINGO

Zoek iemand die.....

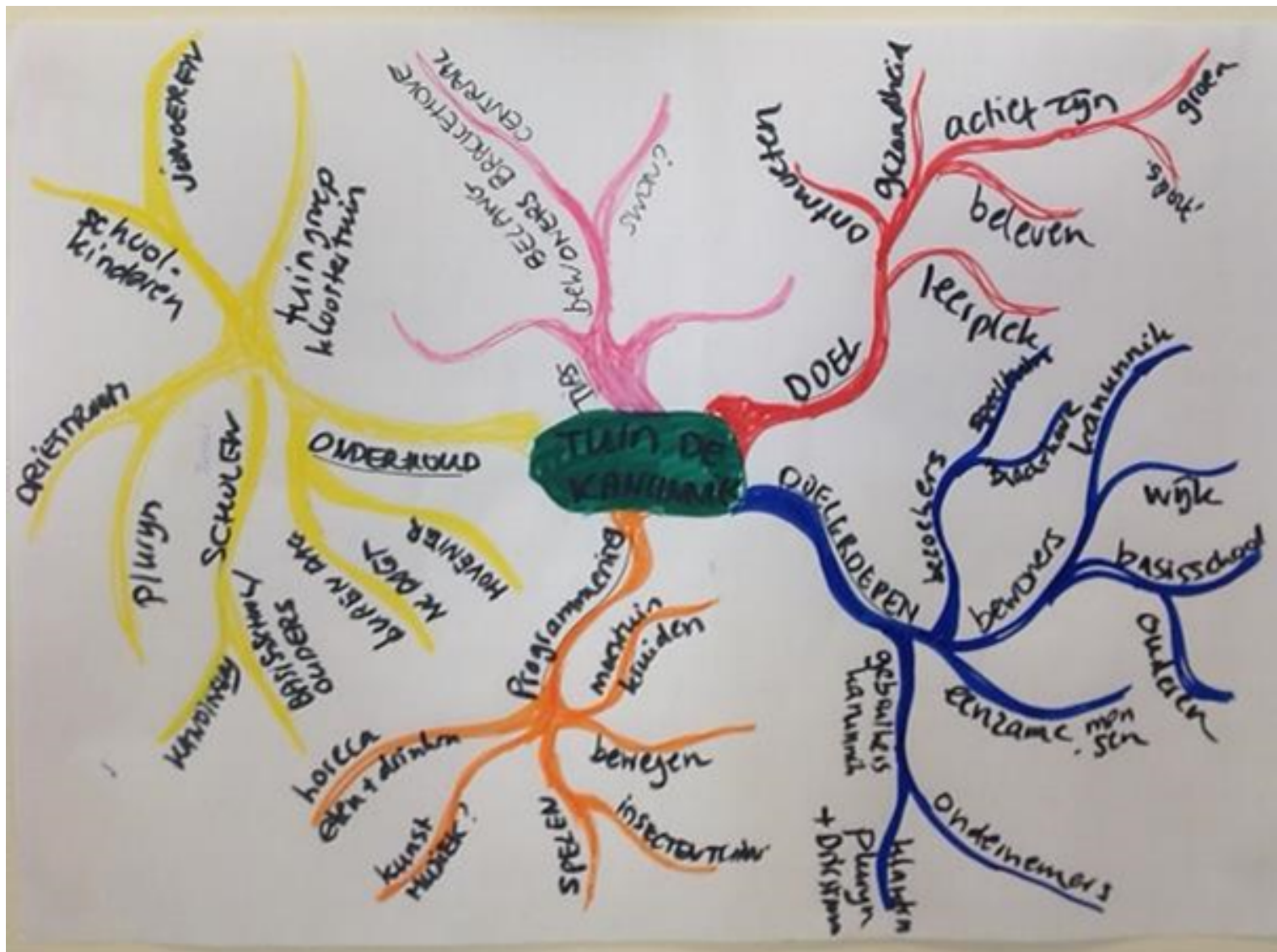
Op de vingers kan fluiten	Wel eens een schilderij gemaakt heeft (en wat heeft hij/zij dan geschilderd?)	Meer dan 1 broer of zus heeft	Geboren is in de wijk Venray Centrum West	De meeste mensen deugen, heeft gelezen	Drie kinderen heeft
Weet hoeveel inwoners Venray heeft	Kan vertellen wat haar/zijn lievelingsplek in de wijk is (en waarom)	Jou een typisch gerecht of drankje uit de streek (of stad) kan noemen	Van Kamperen houdt	Arabisch kan spreken	Een hond als huisdier heeft
Geboren is in de maand maart	Weet hoe de planeet met de ringen heet	De hoofdpersonen uit het boek 'Ontdekking van de Hemel' kent.	Ervaring heeft met community art	Jou een mop wilt vertellen (en die je dan ook onthoudt)	Als lievelingskleur rood kiest
Oliebollen heeft gebakken op <u>oudjaarsdag</u>	Het <u>suikerfeest</u> heeft gevierd afgelopen jaar	De bal op de vinger laat draaien voor jou	In vier verschillende talen geluk kan zeggen	Vier inwonersinitiatieven uit de wijk kan noemen	Bewoners kent met een bijzonder talent (koken, schilderen, zingen, toneel, film, etc.) en wie dan?
Wel eens op het podium heeft gestaan	Een sport beoefent	Zijn of haar werk wel eens heeft geëxposeerd	Welke musea Venray heeft	Wat de top bezienswaardigheid in Venray is (eigenlijk is alles goed)	Iets verzamelt (postzegels, foto's, beeldjes,.....)
Het verhaal van Sint Oda kent (en wie ze is)	Die kan jongleren met 3 ballen	Het couplet kan zingen van Jan Klaassen de Trompetter (Rob de Nijs)	Jou kan vertellen wat voor leuks, geks, bijzonders hij/zij nog in Venray gerealiseerd zou willen zien	Weet wie er in de nieuwe wijkraad van Venray Centrum West zitten	Jou kan vertellen wat hij of zij verwacht van deze bijeenkomst

Bijlage 2 | Sticky Wall

De Sticky Wall (3 x 1,5 m) is een zelfklevend doek dat een groot werkoppervlak biedt voor begeleiding van groepen met de participatieve methodes, presentaties én alle andere vormen van (visuele) procesbegeleiding. Het is gemaakt van sterk, lichtgewicht en duurzaam materiaal (ripstop nylon), is dit doek ideaal om mee te nemen en eenvoudig om op te hangen. Het doek spuit je in met Spray Mount spuitlijm. De lijm kleeft onmiddellijk maar zorgt er ook voor dat papieren die je op het doek plakt verplaatsbaar blijven.



Bijlage 3 | Voorbeeld van een mind map

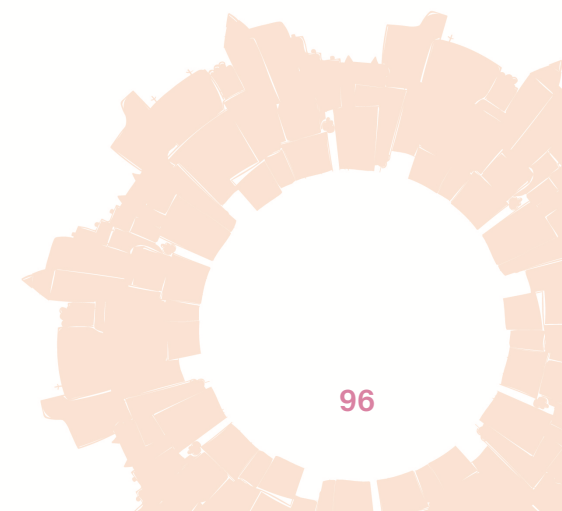


Bijlage 4 | Kernkwaliteiten, valkuilen, allergieën en uitdagingen

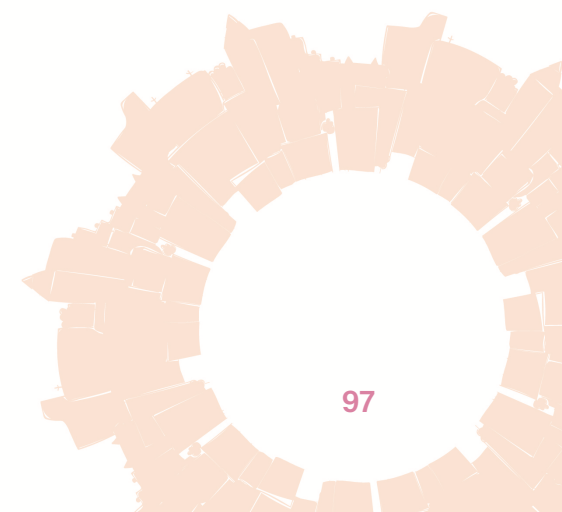
(bron: managementmodellensite.nl)

KWALITEIT	VALKUIL	UITDAGING	ALLERGIE
accuratesse	pietluttigheid	creativiteit	warrigheid
autonoom	dwars	meegaand	onderdanig
bedachtzaam	beducht	moedig	roekeloos
beheerst	onpersoonlijk	empathisch	onbereikbaar
behulpzaam	bemoeizuchtig	los laten	onverschillig
behulpzaamheid	bemoeizucht	zelfstandigheid	afstandelijkheid
bescheiden	onzichtbaar	profilerend	arrogant
beschouwend	afstandelijk	empathisch	sentimenteel
besluitvaardig	forcerend	ontvankelijk	besluiteloos
betrokken	dwepend	beschouwend	onverschillig
betrouwbaar	saai	innovatief	arbitrair
consensus-gericht	egocentrisch	gezagsgetrouw	dwang
daadkracht	drammerigheid	geduld	passiviteit
daadkrachtig	drammerig	geduldig	passief
durf	overmoedigheid	voorzichtigheid	geremdheid
efficiënt	statisch	creatief	chaotisch

empathisch	sentimenteel	beschouwend	afstandelijk
flexibel	wispelturig	ordenend	star
flexibiliteit	met alle winden meewaaien	standvastigheid	starheid
gedisciplineerd	dwangneurotisch	los laten	ongedisciplineerd
geduldig	passief	daadkrachtig	drammerig
gehoorzaam	slaafs	autonoom	eigenzinnig
gestructureerd	bureaucratisch	aanpassing	inconsistent
gezagsgetrouw	a-knikken	consensus	anarchistisch
harmonisch	toedekken	direct	conflict
idealistisch	zweverig	realistisch	cynisch
ingetogen	passief	initiatiefrijk	opdringerig
innovatief	zwevend	efficiënt	statisch en star
kritisch	rebels	respectvol	ja-knikken
loyaal gezag	onderdanig	kritisch	on gehoorzaam
meegaand	onzichtbaar	autonoom	eigengereid
moed(ig)	roekeloos	bedachtzaam	aarzelend
optimistisch	naïef	alert	pessimisme
ordenend	star	flexibel	wispelturig
overtuigd	fanatiek	relativerend	meningloos



profielerend	arrogant	bescheiden	onzichtbaar
rationeel	afstandelijk	betrokken	willekeur
realistisch	cynisch	idealistisch	zweverig
relativerend	onzichtbaar	overtuigd	opgeblazen
relativeringsvermogen	lichtzinnigheid	serieus zijn	zwaarmoedigheid
rust(ig)	afwachtend	initiatiefrijk	opdringerig
service-gericht	grenzeloos	grens stellen	hard en star
spontaniteit	wispelturigheid	consequent zijn	rechtlijnigheid
stabiel	traag	experimenteel	onbezonnen
toegewijd	fanatiek	hulpvaardig	laissez-faire
volgzaam	onderdanig	initiatiefrijk	eigengereid
wederkerig	gelijkvormig	fair	eenzijdig
zelfverzekerd	arrogant	bescheiden	middelmatig



Bijlage 5 | Format projectplan

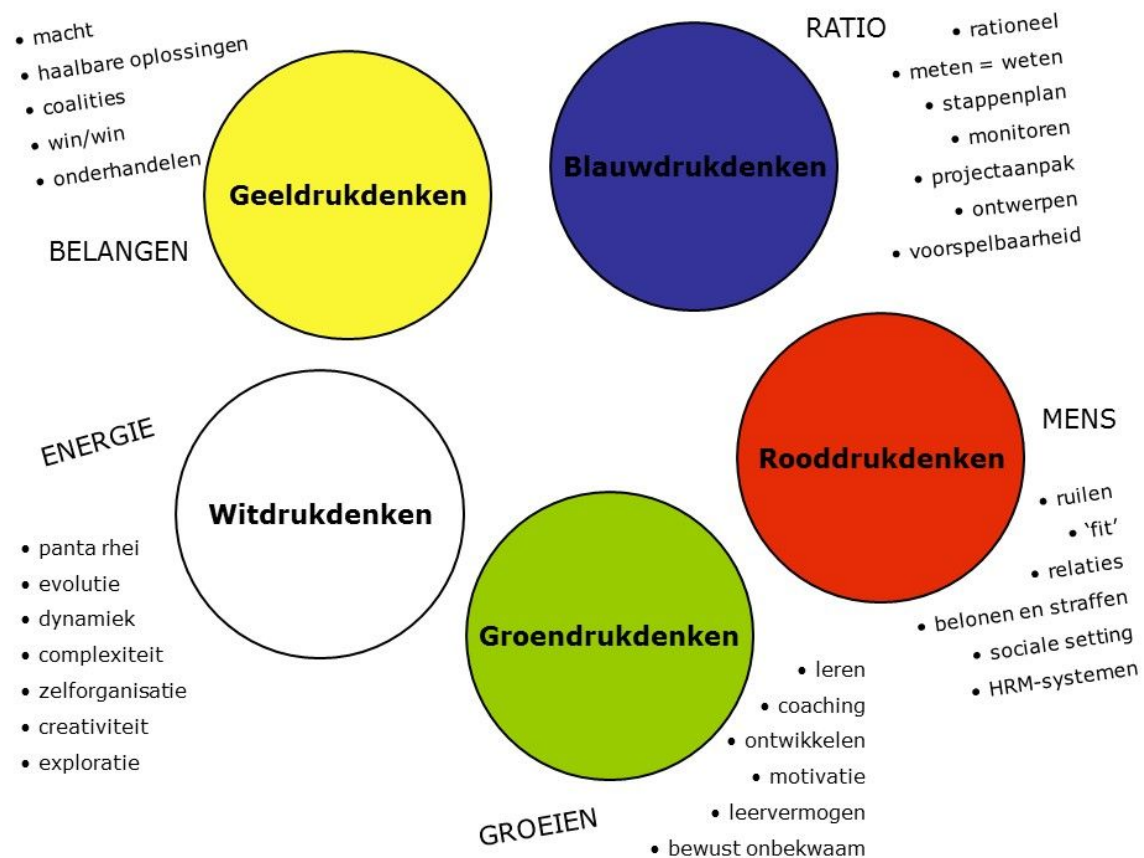
Projecttitel: Eventuele ondertitel en/of thema: Cultuurmaker: Partners: Locatie(s):		Korte projectbeschrijving:	
Oproep tot avontuur/ Maatschappelijke vraag <i>Doelstellingen en doelgroep</i>	Over de drempel/ Artistiek antwoord <i>Activiteiten</i>	Het verschil maken/ Co-creatie <i>Organisatie, werving en publiciteit</i>	Waarde-creatie <i>Beoogde resultaten en impact</i>
Leerproces <i>Zelfreflectie van de Cultuurmaker</i>		Begroting	

Bijlage 6 | Checklist maatschappelijke en culturele instellingen

	Sociaal / Maatschappelijk (linker modus)	Artistiek / Cultureel (rechter modus)
Professionele infrastructuur (systeemwereld)	<ul style="list-style-type: none"> - Publiek (maatschappelijk) - Particulier fonds landelijk, regionaal, lokaal - Overheid landelijk, provinciaal, lokaal - Woningcorporatie (sociaal programma) - Woningcorporatie (fysiek programma) - Landschapsbeheer - Welzijnswerk, Ouderenwerk, Opbouwwerk, Jongerenwerk, Kinderwerk, - Kinderopvang - Maatschappelijk werk - Zorg - Hbo/Universiteit - MBO - HAVO/VWO - VMBO/praktijk - Speciaal onderwijs - Bredeschool (naschools) - Basisschool (tijdens school) - VVE (voarschools) - Stichting / vereniging (maatsch) - Zelfstandige Onderneming (maatsch) - Anders / divers 	<ul style="list-style-type: none"> - Publiek (cultureel) - Particulier fonds landelijk, regionaal, lokaal - Overheid landelijk, provinciaal, lokaal - Museum - Archief - Bibliotheek - Kunstencentrum - Muziekschool - Creatief centrum - Schouwburg - Kleine zaal - Poppodium - Filmhuis - CBK - Architectuurcentrum - Productiehuis - Professioneel gezelschap, orkest - Festival - Stichting / vereniging (cultureel) - Zelfstandige onderneming (cultureel) - Anders / divers
Deelname van burgers (leefwereld)	Sociaal actief... <ul style="list-style-type: none"> - Individu - Informele groep - Band / crew - Zelforganisatie - Vereniging - Stichting - Anders / divers (Geworteld in brangroep of gemeenschap) 	Cultureel actief... <ul style="list-style-type: none"> - Individu - Informele groep - Band / crew - Zelforganisatie - Vereniging - Stichting - Anders / divers (Geworteld in brangroep of gemeenschap)

Bijlage 7 | Kleurenmodel van De Caluwé en Vermaak

(bron: Managementmodellensite.nl)



Geel – politiek en macht (Er verandert iets als je belangen bij elkaar brengt)

Geeldrukdenkers gaan ervan uit dat mensen pas zullen veranderen als rekening wordt gehouden met hun belangen of als je deze mensen kunt verleiden of dwingen tot bepaalde ideeën. Voor Geeldrukdenkers is het samenbrengen en vormen van coalities belangrijk in het verandertraject. De methode is effectief wanneer meerdere partijen of personen zijn betrokken en complexe doelen moeten worden bereikt.

De valkuil van het Geeldrukdenken is dat er een machtsstrijd ontstaat. Een situatie waarbij niemand voordelig uit is.

Blauw – regelen, plannen en sturen (Er verandert iets als je eerst denkt en dan doet)

Het Blauwdrukdenken is een projectmatige aanpak. Het verandertraject wordt aangepakt door vooraf het resultaat en de weg ernaar toe vast te leggen. Alle stappen in het traject staan vast. Het Blauwdrukdenken werkt bij veranderingen waarbij het resultaat en de weg goed te voorspellen zijn.

De valkuil van een Blauwdrukdenker is dat de projectmatige aanpak afleidt van het menselijke aspect van veranderingen. Blauwdrukdenkers kunnen over mensen heen walsen of zachtere aspecten van de organisatie negeren.

Rood – motiveren en het 'wij' gevoel (Er verandert iets als je mensen op de juiste manier prikkelt)

Bij Rooddrukdenken wordt ervanuit gegaan dat bij het gebruik van de juiste instrumenten mensen zullen veranderen. Mensen worden gemotiveerd door middel van belonen en straffen. Bijvoorbeeld door salaris, promotie of demotie en beoordelingen.

De valkuil van Rooddrukdenkers is dat het machtsspel genegeerd wordt en een gebrek aan harde uitkomsten ontstaat. Een andere valkuil kan het gebrek zijn aan ruimte voor maatwerk en individuele situaties.

Groen – ontwikkelen en leren (Er verandert iets als je mensen in leersituaties brengt)

Groendrukdenkers hebben de opvatting dat mensen veranderen wanneer ze gemotiveerd worden om te leren. Een groendrukdenker brengt mensen in leersituaties en biedt effectieve wegen om nieuwe methodes te leren.

De valkuil bij deze methode is dat niet elke medewerker de wil of de mogelijkheden heeft om te leren. Daarbij ontbreekt bij deze methode vaak de prioritering en de acties.

Wit – natuurlijk en organisch (Er verandert iets als je ruimte maakt voor spontane evolutie)

Witdrukdenkers zien complexiteit als verrijkend en niet als verstrend. Het idee is dat alles altijd in verandering is. Witdrukdenkers pakken graag de dynamiek aan om veranderingen te weeg te brengen. Daarbij gaat het minder over sturen, maar meer over veranderingen mogelijk maken door vernieuwing en creativiteit.

Deze methode kan zorgen voor onvoldoende inzicht in de drijvende krachten achter verandering. Ook kan het zich uiten in het laten gaan van organisatorische zaken (zoals het inrichten van zelfsturing overlaten aan medewerkers).

[Kleurendenken over veranderen: Léon de Caluwé, Hans Vermaak en Petra Haartsen \(HighRes\) - YouTube](#)

Handige organisaties en adressen

Huis voor de Kunsten Limburg

Niet iedereen is even bedreven in de zakelijke kant van cultuur. Met name de financiële kant is voor de meesten 'abracadabra', maar zonder financiële basis kun je geen stappen maken. Om culturele initiatiefnemers in de brede zin (en dus ook culturele professionals) op weg te helpen, heeft het Huis voor de kunsten Limburg de voornaamste stappen voor het opzetten van een kansrijk financieringsproces van je culturele project op een rij gezet. Je doorloopt deze stappen wanneer je een projectplan schrijft om financiële ondersteuning aan te vragen bij een van de vele fondsen die er zijn. Je kunt daarbij kiezen voor subsidie maar ook voor crowdfunding of projectfinanciering met privaat geld. Welke vorm van financiering je ook zoekt, het is belangrijk om een goed en gedegen plan te schrijven. Op de website van het Huis staan een aantal handige checklists en tools. Er zijn ook adviseurs bij het Huis die je hierbij kunnen ondersteunen. Zie verder [Huis voor cultureel ondernemerschap](#).