



EN WE NOEMEN HET ACTIVATIE

Een explorerend onderzoek naar wat activatie is, hoe het tot stand komt
en wat een organisatie als Incubate daarmee kan doen

Suzanne Keurntjes

447289 (ANR)

Masterscriptie Algemene Cultuurwetenschappen

Tilburg University - Hans van Driel (begeleider)

Geno Spoormans (2^e lezer)

Incubate - Joost Heijthuisen (begeleider)

20 augustus 2012

EN WE NOEMEN HET ACTIVATIE

Een explorerend onderzoek naar wat activatie is, hoe het tot stand komt
en wat een organisatie als Incubate daarmee kan doen

Suzanne Keurntjes*

* maar zonder Hans, Joost, Vincent, Niek, Saskia, Jeroen, Teun, Joanne, Coos, Paulus, Marlies, Rossella, Jean-Paul, Kim, andere Marlies, Dahlia, Vicky, Dré, Fons, Jacqueline, Peter, Yannick, Barry, Erik, Jelle, Stein, Bjorn, Merijn, Jantien, Lotte, Bas, Tineke, Steph, Dyon, Marnix, Frank, Jamie, Gijs, en vele anderen had deze scriptie er wellicht heel anders uit gezien.

Voorwoord

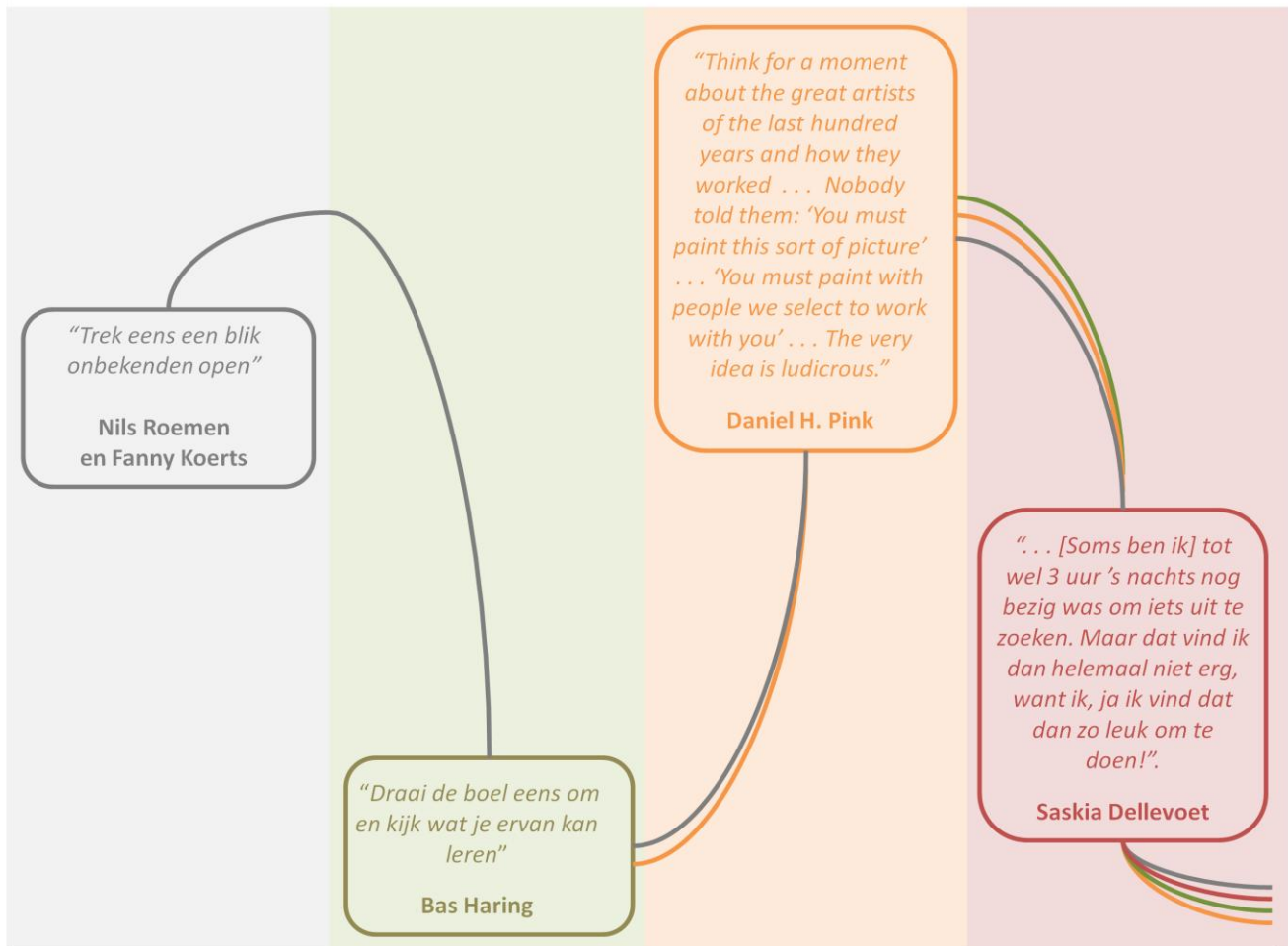
Deze scriptie vormt mijn eindwerkstuk voor de Masteropleiding Algemene Cultuurwetenschappen aan de Universiteit van Tilburg. De universiteit is een wereld waarin je leert onderzoeken en de tijd kunt nemen om diep in een onderwerp te duiken. Het is een formeel instituut dat in de loop van de geschiedenis zijn waarde heeft bewezen en waar succesvolle collegereeksen meerdere jaren worden herhaald. Het is een plek waar de taal van de wetenschap wordt gesproken en waar je alleen maar binnenkomt wanneer je een gedegen vooropleiding hebt afgerond. Een plek waar er naar wordt gestreefd feitelijke uitspraken te doen, die vervolgens weer ter discussie worden gesteld. Een plek die je uitdaagt je eigen visie te vormen door kritisch te kijken naar de theorieën van anderen die er voor jou afstudeerden en promoveerden. Een plek waar ik me thuis ben gaan voelen.

Ik schrijf deze scriptie ook voor Incubate, een jonge festivalorganisatie die er continu naar streeft zichzelf te verbeteren. Incubate is een organisatie waarin iedereen meedenkt, ongeacht opleiding of functie en waar nieuwe ideeën direct in praktijk worden gebracht. Het is een plek waar ik kennismaakte met kunstvormen die tijdens mijn opleiding niet of nauwelijks ter sprake kwamen en waar ik steeds weer ogen en oren tekort kwam. Een plek waar een artiest nooit opnieuw wordt geboekt, tenzij deze een totaal nieuwe opzet presenteert. Waar sociale media worden ingezet om 24 uur per dag in gesprek te blijven met iedereen die dat wat zij doen interessant vindt. Een plek waar, na afloop van het festival, heel Tilburg wordt bedankt door de hele stad vol te hangen met posters waar de tekst ‘thank you!’ op staat. Het is een plek die energie geeft en waar ik altijd met veel plezier naartoe ben gegaan.

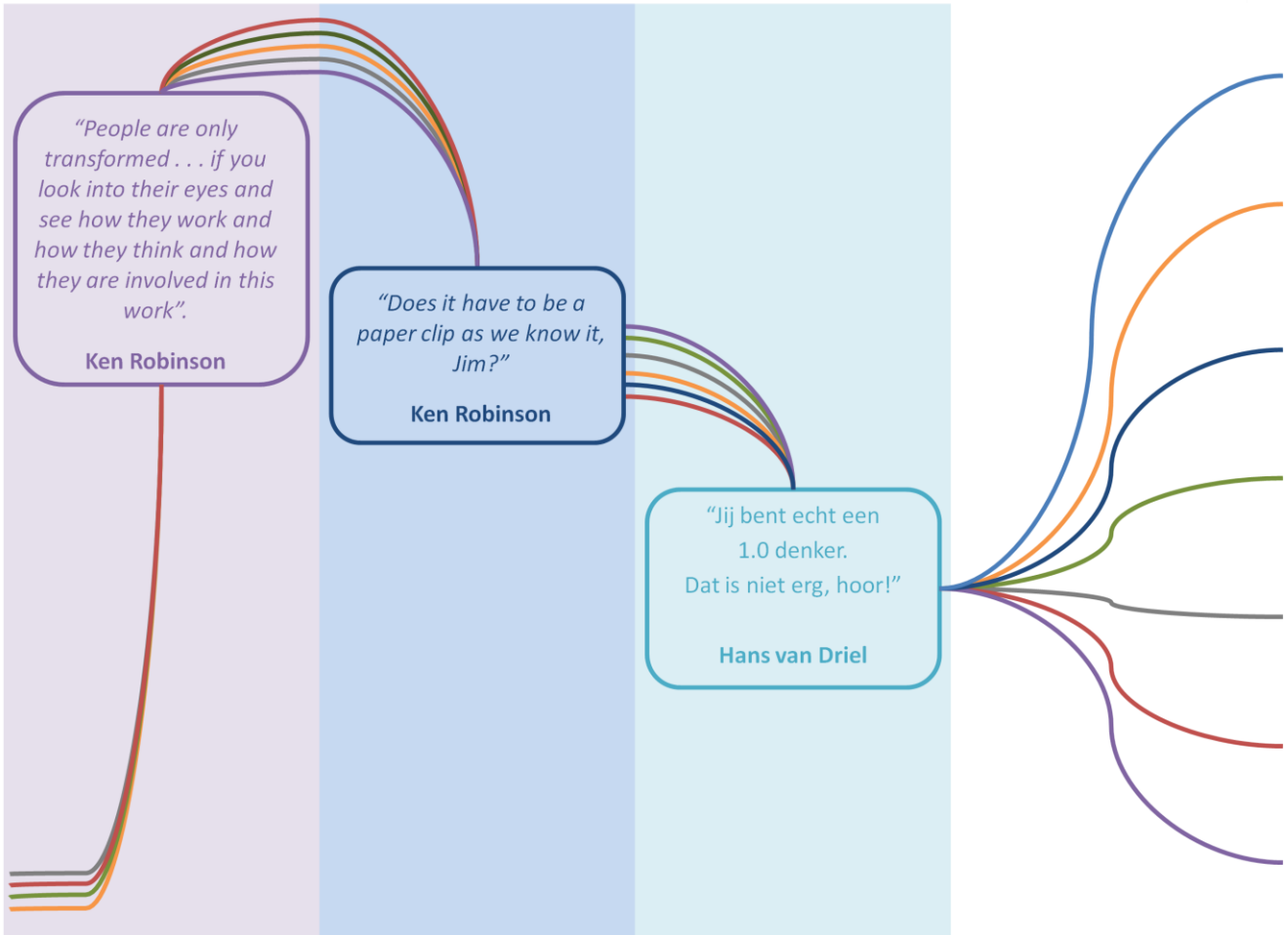
Op beide plekken heb ik hele mooie discussies en gesprekken mogen voeren met mensen die net als ik een passie hebben voor kunst en cultuur. Zij hebben mij op allerlei manieren geïnspireerd en ik heb zowel tijdens mijn studie als tijdens mijn stage veel geleerd. Toch is Incubate in vergelijking met de universiteit een wereld van verschil.

Dit onderzoek is geschreven op het snijvlak van deze twee werelden. Ik heb dit laten doorklinken in de vorm en stijl van deze academische scriptie.

<u>Inleiding</u>	<u>Hoofdstuk 1</u>	<u>Hoofdstuk 2</u>	<u>Hoofdstuk 3</u>
	Het proces van activatie	Intrinsieke motivatie, betekenis en creativiteit	Activatie in de praktijk
9	15	29	37



<u>Hoofdstuk 4</u>	<u>Conclusie</u>	<u>Discussie</u>
Jouw rol als organisatie		
49	57	59





“Als je iets nieuws voor elkaar wilt krijgen, richt je je meestal ook tot je vrienden. De kans is echter groot dat je nu weinig aan hen hebt. Je hebt juist nieuwe verbindingen, nieuwe informatie, nieuwe contacten en nieuwe kansen nodig. En alles wat je vrienden weten, weet jij zo ongeveer toch al. . . . Juist vage kennissen komen op onvermoede plekken en hebben toegang tot voor jou waardevolle mensen, ideeën, kansen en plekken”

“Trek eens een blik onbekenden open”

Nils Roemen en Fanny Koerts in hun boek over #Durftevragen (2011, p.59-60).

Inleiding

Een nieuwe interpretatie van participatie

Incubate is een multidisciplinair festival in Tilburg. Ieder jaar in september presenteert het festival gedurende 8 dagen meer dan driehonderd grensverleggende performances, films en exposities. Participatie is daarbij erg belangrijk. Incubate streeft ernaar om zoveel mogelijk Tilburgers en andere festivalbezoekers op allerlei manieren actief bij het festival te betrekken (Incubate, 2012. p. 03):

Wij binden de hele stad aan ons. Van kraker tot burgemeester, van kleuterklas tot bejaardentehuis. Naast optredens op reguliere plekken als podia, musea en kroegen brengen we ook black metal in een kerk, beeldende kunst in een kraakpand en film op een boerderij. We koppelen beatmakers uit Ghana aan dubsteppers uit Griekenland, boeren uit Hilvarenbeek aan producers uit Baltimore.

In 2011 was het thema van het festival 'We Are Incubate'. Hiermee wilde Incubate de aandacht vestigen op samenwerking tussen artiesten, publiek en organisaties. De *do it yourself* mentaliteit stond hierbij centraal (Incubate, 2011). Ze introduceerden daarvoor de term *independent culture* als werkwijze en selectiecriteria, een vernieuwende manier van denken die inmiddels door andere festivals¹ en artiesten is overgenomen (Incubate, 2012).

Incubate wil niet alleen vernieuwend zijn, maar ook vernieuwend blijven. Tijdens de eerste gesprekken die ik in oktober 2011 voerde met Joost Heijthuisen, leider externe zaken, en artistiek leider Vincent Koreman werd duidelijk dat Incubate op zoek was naar iets nieuws op het gebied van participatie. De focus van het festival werd daartoe verplaatst van independent culture naar grensverleggende cultuur. Dit vanuit de visie dat je nieuwe, innovatieve ideeën niet zult vinden binnen je eigen bestaande kringen, maar juist daarbuiten. Om te innoveren, om echt iets nieuws te doen, moet je op zoek naar de grens: "de grens tussen jong en oud, talent en arrivé, kunstenaar en publiek, stad en platteland, professional en amateur, disciplines en genres, theorie en praktijk, euforie en reflectie" (Incubate, 2012). Om meer duidelijkheid te krijgen over de

¹ o.a. het Bavaria Indie Pendency Music Festival

manier waarop dit grensgebied kon worden bereikt werd ik gevraagd om een onderzoek te doen naar de mogelijkheden van participatie.

Uit een eerste theoretische verkenning bleek dat participatie vaak wordt gezien als een lineair proces: eerst wordt een doel vastgelegd, vervolgens wordt het startpunt bepaald en de route daartussenin wordt uitgestippeld. Tijdens de uitvoering worden daar zorgvuldig geselecteerde doelgroepen bij betrokken². Aan het einde van het proces vindt een presentatie plaats, waarna het project meestal stopt. Incubate wilde op zoek naar een manier van participeren waarbij de betrokkenen - op hun eigen manier - doorgaan wanneer het oorspronkelijke plan is afgesloten. Ook dient participatie ruimte te bieden voor creativiteit, iets dat op het terrein van kunst en cultuur de boventoon voert. Een creatief proces verloopt vaak ongepland en ontstaat op onverwachte plekken vanuit mensen wier rol nergens aan gebonden is (Leadbeater, 2005). Dit strookt niet met een lineaire aanpak van participatie.

Daarnaast ontstaat er de laatste jaren een groeiende behoefte aan eigenaarschap. Dit constateert cultuurpsycholoog en publicist Jos van der Lans (2012). Volgens hem willen mensen graag meer zeggenschap over zaken die hun levens raken en vragen zij om instituties die dat mogelijk maken. Daadwerkelijk eigenaarschap is daarbij volgens hem cruciaal, immers, “een beetje mogen meedoen in de wereld waar anderen de dienst uitmaken lost geen existentiële problemen op”. Ook Incubate merkte deze verandering op; vrijwilligers vroegen steeds vaker om meer eigenaarschap over de projecten waaraan ze meewerkten.

We kwamen tot de conclusie dat, om daadwerkelijk te kunnen innoveren, een nieuwe kijk op participatie nodig was. Een kijk gericht op een non-lineaire aanpak waarbij mensen zelf in beweging komen en samenwerken met anderen. Waarbij mensen niet ‘een beetje mogen meedoen’ maar daadwerkelijk eigenaar worden van hun eigen dynamische proces, waarbinnen ruimte is voor onvoorspelbaarheid. Een alternatief dat de term ‘participatie’ ontstijgt. Deze geheel nieuwe interpretatie van participatie werd ‘activatie’ genoemd.

² Hoe dit precies in zijn werk gaat zal ik uitleggen in hoofdstuk 1.

Explorerend onderzoek naar activatie

Over het begrip activatie in deze context bestond vooralsnog geen concrete theorie. Dit onderzoek is daarom explorerend van aard en heeft als doel meer grip te krijgen op activatie: wat houdt het in, waarmee staat het in verband en hoe krijgt het vorm in de praktijk? Ook wordt daarbij gekeken naar de rol van organisaties zoals Incubate.

Leidraad voor het onderzoek is de volgende onderzoeksvraag:

Wat is activatie, hoe komt het tot stand en wat kan een organisatie als Incubate daarmee doen?

Hoofdstuk 1, getiteld 'het proces van activatie' zal antwoord geven op de vraag 'wat is activatie'. In de eerste paragraaf wordt uitgelegd waarom participatie niet toereikend is en wat de verschillen zijn tussen activatie en participatie. Aan de hand van de theorie van Charles Leadbeater wordt vervolgens uitgelegd dat activatie de transformatie van participatie is: een actief proces waarbinnen communiceren, presenteren en participeren elkaar continu afwisselen. Het hoofdstuk sluit af met een definitie van activatie.

De basis voor activatie is intrinsieke motivatie. Door die motivatie op een creatieve manier met anderen te delen wordt die motivatie versterkt en krijgt een project meer betekenis. Het tweede hoofdstuk gaat daarom in op de rol van intrinsieke motivatie, betekenis en creativiteit binnen het proces van activatie.

In het derde hoofdstuk wordt de theorie uit de eerste twee hoofdstukken gekoppeld aan de praktijk. Aan de hand van drie interviews met mensen die zelf samen met anderen activerende projecten bedenken, opzetten en uitvoeren wordt een antwoord gegeven op de vraag hoe activatie in de praktijk vorm krijgt.

Hoofdstuk 4 geeft een aanzet tot het nadenken over de rol van een organisatie in een proces dat onvoorspelbaar verloopt en een onverwachte uitkomst heeft. Daarbij wordt onder andere in gegaan op het belang van persoonlijke communicatie, betekenis, creativiteit, eigenaarschap en plezier.

Na het vierde hoofdstuk volgt een online conclusie en een discussie met een open einde.

Relevantie

Dit onderzoek biedt een theoretisch kader dat door Incubate kan worden gebruikt als werkwijze en selectiecriteria voor toekomstige projecten. Het biedt een context waarmee de organisatie zich kan profileren binnen de kunst- en cultuursector en biedt handvaten om bestaande projecten te verbeteren. Hierdoor kunnen niet alleen nieuwe doelgroepen actief bij het festival worden betrokken, maar wordt ook de kans vergroot dat projecten na afloop van het festival worden voortgezet, waardoor mensen vanuit hun eigen intrinsieke motivatie ook op lange termijn actief bezig blijven in de kunst en cultuursector.

Hiermee opent dit onderzoek een breed scala aan nieuwe mogelijkheden op het gebied van participatie. Deze zijn niet alleen interessant voor Incubate, maar ook voor andere instanties die opereren binnen het veld van (cultuur)participatie. Door deze werkwijze met andere organisaties te delen hoopt Incubate hen te inspireren, opdat er in de toekomst meer ruimte komt voor activatie.



“Draai de boel eens om en kijk wat je ervan kan leren ... doe alsof u niets weet en geen enkel belang hebt. Begin vandaag met een schone lei.”

Filosoof & hoogleraar Bas Haring tijdens zijn lezing “Draai de boel om en vraag niet waarom” (Provincie Zuid Holland, 2008).

Hoofdstuk 1: Het proces van activatie

Activatie is de transformatie van participatie. Dit hoofdstuk begint daarom met een uitleg over participatie: wat wordt eronder verstaan, waarom is het van belang en vooral, waar schiet participatie tekort? Vervolgens wordt er op basis van Charles Leadbeaters theorie over transformatie gezocht naar een nieuwe, verfrissende kijk op participatie. Aan de hand van een voorbeeld van een jonge danser leg ik uit hoe participatie getransformeerd kan worden tot activatie: een creatief groepsproces waarbij verschillende activiteiten (communiceren, presenteren, participeren en activeren) elkaar afwisselen.

1.1 Participatie / Waarom participatie niet toereikend is

Verschiedende bronnen geven het belang van cultuurparticipatie aan. Op 5 januari 2012 schreef auteur en toneelschrijver David Edgar een artikel in The Guardian getiteld "Why should we fund arts" (2012). In dit artikel citeert hij een rapport van de Engelse Arts Council³ waarin aangegeven staat waarom kunst belangrijk is:

Five years ago, the Arts Council set out to produce a threefold definition of art's purpose: to increase people's capacity for life (helping them to "understand, interpret and adapt to the world around them"), to enrich their experience (bringing "colour, beauty, passion and intensity to lives") and to provide a safe site in which they could build their skills, confidence and self-esteem. Other forms of endeavour do some of these things. Only art does all three.

Vervolgens komt Edgar tot de conclusie dat deze doelstellingen van de kunst alleen worden behaald wanneer mensen *actief* deelnemen aan de kunst: niet de mensen die bijvoorbeeld theaterstukken en concerten bezoeken, maar de mensen die hierin participeren, plukken de vruchten. Er moet dus niet alleen geïnvesteerd worden in mensen die kijken naar andere mensen die dingen doen, maar juist in mensen die *zelf* dingen doen.

³ Edgar verwijst naar het rapport 'Public value and the arts in England: Discussion and conclusions of the arts debate', Arts Council England, 2007.

Edgar is uiteraard niet de enige met deze visie. Charles Leadbeater is een expert op het gebied van innovatie en creativiteit. Hij adviseert wereldwijd bedrijven, steden en overheden (Leadbeater, 2008). In zijn essay “The Art of With” (2009a) stelt hij dat filosoof Walter Benjamin al in 1930 aangaf dat de kunst beter wordt naarmate ze mensen aanmoedigt om afstand te doen van hun passieve rol als toeschouwer. Volgens Leadbeater zijn samenwerking en participatie fundamenteel voor het creëren van kunst. Hij noemt dit “participatory avant garde”. Hierbij wordt kunst gezien als dialoog, een ontmoeting tussen kunst en publiek en tussen het publiek onderling.

Door Van Dale (2005) wordt participatie omschreven als “deelneming”, of “deelneming aan (delen van) het maatschappelijk leven”. Een definitie die op vele manieren te interpreteren valt. Het begrip wordt veelvuldig gebruikt en vaak naar eigen belangen geïnterpreteerd. Zo wordt het binnen gemeenten, provincies en de landelijke overheid vooral ingezet om allerlei doelstellingen die losstaan van de kunst te bereiken. Participatie wordt in deze gevallen gezien als een middel om mensen te betrekken bij een plan dat vooraf stap voor stap voor hen is uitgedacht, om zo externe doelstellingen te behalen. Ik zal hiervan enkele voorbeelden geven.

De site www.participatiewijzer.nl is opgesteld door Het Instituut voor Publiek en Politiek (IPP, z.j.), een landelijke, niet-partijgebonden organisatie die zich ten doel stelt politieke en maatschappelijke participatie te bevorderen. Via deze site adviseert het IPP medewerkers van gemeenten om burgers en organisaties te betrekken bij gemeentebestuur of bij een gemeentelijk project. Hoewel deze site niet direct gericht is op cultuurparticipatie, geeft het wel een duidelijk beeld van de manier waarop participatie wordt ingezet. In de participatiewijzer, de kern van de site, krijgt de bezoeker aan de hand van een aantal criteria een overzicht van geschikte werkvormen, met voorbeelden ter inspiratie. De eerste criteria waarop men een project kan selecteren zijn de vijf onderstaande doelstellingen:

- Draagvlak voor beleid vergroten
- Verhogen kwaliteit van beleid
- Zelfwerkzaamheid van burgers (d.w.z. bevorderen inwoners meer bekend te maken met wat de gemeente kan bieden op wijkniveau)
- Sociale cohesie versterken (o.a. moeilijk bereikbare groepen betrekken bij beleid)

- Ideeën of informatie genereren

De participatiewijzer geeft een duidelijk beeld van de verschillende doelstellingen die men door middel van participatie wil bereiken. De site laat ook zien dat bij er bij participatie wordt uitgegaan van vaststaande doelstellingen, die vooraf worden bepaald. Deze interpretatie van participatie wordt overgenomen wanneer het om cultuur gaat. De belangen die door Edgar, Benjamin en Leadbeater aan cultuurparticipatie worden gehecht verdwijnen uit beeld en de focus komt te liggen op de belangen van de gemeente, provincie of overheid. Dit blijkt onder andere uit een adviesrapport dat de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur (RRKC) uitbracht onder de titel “Participatie en cultuur” (2007). In de eerste alinea van het eerste hoofdstuk staat het volgende:

Participatie, het door het nieuwe college van Burgemeester en Wethouders gekozen woord voor integratie, richt zich op het stimuleren van burgers om zoveel mogelijk mee te doen op allerlei terreinen van de samenleving. Kan de culturele sector bijdragen aan het versterken van de participatie van alle Rotterdammers?

Participatie wordt hier geïnterpreteerd als een synoniem voor integratie. Ook wordt in dit rapport onderzocht hoe de culturele sector kan *bijdragen* aan deze integratie. Het hoofddoel dient niet de eerdergenoemde belangen van cultuurparticipatie: het verrijken van een ervaring (Edgar) het beter maken van de kunst (Benjamin) of participatory Avant Garde (Leadbeater), maar participatie staat in dienst van een andere, vaststaande, vooraf van boven opgelegde doelstelling. Deze kijk op participatie is paradoxaal: de kunsten, waarbinnen creativiteit het uitgangspunt is, worden ingezet om vaststaande structuren te bevestigen. Er lijkt weinig ruimte te zijn voor dynamiek of creativiteit. In een rapport genaamd “Ten Challenges” (2005) stelt Leadbeater dat creativiteit een uitdaging is voor onder andere overheden. Zij gaan volgens hem uit van doelstellingen, structuren, plannen en processen. Dit in tegenstelling tot creativiteit, dat vaak ongepland verloopt en op onverwachte plekken ontstaat, vanuit mensen wier rol nergens aan gebonden is. Bij creativiteit draait het om het leggen van nieuwe verbanden, het op een nieuwe manier combineren van diverse ingrediënten. Het ontstaat op plaatsen waar ruimte is om diverse ingrediënten en standpunten te combineren. Creativiteit is een uiterst sociale activiteit waarbij veel wordt samengewerkt. De basis van participatie zou dan ook creativiteit moeten zijn.

Maar het gebrek aan ruimte voor creativiteit is niet het enige probleem. Voor een goede samenwerking is gelijkwaardigheid tussen alle partijen van groot belang. Maar binnen de overheidsinterpretatie van participatie is dit lang niet altijd het geval. Het rapport van de RRC geeft een gedetailleerde uitleg over de manieren waarop participatie volgens de gemeente Rotterdam kan worden uitgewerkt. In een persbericht dat gekoppeld is aan het rapport wordt gewezen op “een kunstvorm die bij uitstek geschikt lijkt om participatie te vergroten: community arts”. In het rapport wordt deze kunstvorm, ook wel “gemeenschapskunst” of “sociaal artistieke projecten” genoemd, verder uitgelicht. Onderstaand een samenvatting van de lijst van kenmerken voor gemeenschapskunst die door de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur is opgesteld (2007):

- Er is altijd sprake van een professionele kunstenaar die samenwerkt met niet-professionelen.
- Deze niet-professionele participanten staan vaak ver af van de officiële kunstwereld. Ze behoren (grotendeels) niet tot het traditionele kunstpubliek. Ze zijn bijvoorbeeld geen amateurkunstenaars die zich spiegelen aan de ‘hoge kunsten’.
- De projecten zijn veelal sterk geëngageerd en richten zich op (problemen in) de directe leefwereld van de niet-professioneel betrokkenen.
- Gemeenschapskunst is er op gericht de bewoner of doelgroep grip te laten krijgen op de eigen leefomgeving en om sociale cohesie van wijk, buurt of groep te vergroten.
- De kunstenaar bewaakt zelf zijn autonomie in het proces en zorgt voor een goed evenwicht tussen artistieke en sociale doeleinden.
- De kunstenaar moet een goed regisseur zijn. (...gemeenschapskunst is niet geschikt voor solitaire, klagerige of narcistische persoonlijkheden)
- Gemeenschapskunst is veelvormig.
- Omdat het om samenwerking gaat tussen een professionele kunstenaar en een groep niet-professionelen is gemeenschapskunst sterk communicatief. Aan het communicatienetwerk worden hoge eisen gesteld. Het kunstwerk of –project moet snel en stevig wortel schieten in de gemeenschap.
- Gemeenschapskunst is niet voor de eeuwigheid gemaakt. Juist vanwege het engagement met actuele problemen van de doelgroep kan het kunstwerk na kortere of langere tijd zijn werking verliezen.

Deze lijst van kenmerken geeft onder andere een omschrijving van de beoogde doelgroep. Deze hebben bovenal geen ervaring met of behoefte aan kunst. Elders in het rapport worden voorbeelden van deze doelgroepen gegeven: “jongeren” en “Rotterdamers die aan inburgeringprocessen deelnemen” (p. 3). Deze doelgroepen staan al vast nog voordat er überhaupt een projectidee tot stand is gekomen. Zij worden

onder handen genomen door een professionele kunstenaar, die de leiding heeft en zal waken over het proces en zijn eigen autonomie. Door de kunstenaar te positioneren als leider van een groep kunstmijders wordt het moeilijk om beide partijen op basis van gelijkwaardigheid te laten samenwerken. Toch is de belangrijkste taak van de kunstenaar het creëren van een communicatienetwerk tussen kunstenaar en doelgroep. Hieraan worden immers hoge eisen gesteld. Over kunst wordt nauwelijks gesproken.

In 2010 wijdde Boekman een editie van haar tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid aan Community Art. In een epiloog haalt auteur, curator en adviseur Alex de Vries fel uit naar dit fenomeen. Hij concludeert onder andere dat de pleitbezorgers van Community Arts zich verheven voelen boven de doelgroep voor wie ze zeggen op te komen: “Eigenlijk is iedere definitie van community art ten aanzien van participanten denigrerend en discriminerend: mensen die zogenaamd niet of nauwelijks al dan niet actief met kunst en cultuur in aanraking komen. Wie heeft die onzin bij elkaar gelogen?” (De Vries, 2010, p. 82). De Vries wijst onder andere op de ongelijkheid die vaak de basis lijkt te vormen van Community Arts projecten. De kunstenaar, die boven alles wordt gezet, bewaakt het proces en hij bepaalt wat er gaat gebeuren en op welke manier. De doelgroep wordt eerst in een hokje geplaatst en vervolgens wordt van hen participatie en engagement verwacht, op een manier die vooraf precies voor hen is uitgedacht. Voor een creatieve, procesdoorbrekende inbreng van hun kant is geen ruimte.

Je kunt participatie definiëren zonder daar externe doelen bij te formuleren. Het gaat dan over projecten met betrekking tot kunst en cultuur, opgezet vanuit een organisatie, waaraan mensen actief deelnemen. Maar hoe open je participatie ook formuleert, de definitie is niet toereikend. Filosoof Bas Haring gaf tijdens een expertmeeting Cultuurparticipatie, georganiseerd door de provincie Zuid Holland een lezing getiteld “Draai de boel om en vraag niet waarom” (Provincie Zuid Holland, 2008). Tijdens deze lezing gaf hij aan onrustig te worden van het woord ‘participatie’, “Het betekent immers: deelnemen aan iets wat er al is.” Haring vindt dit denigrerend. Participatie betekent ‘meedoen’ en om mee te kunnen doen is er een (vorm van) organisatie nodig die het project opzet waaraan kan worden meegedaan. De term participatie wijst daarmee al in de richting van een vooraf bepaalde leider en een vooraf bepaalde volger. Het is niet mogelijk om binnen de term participatie gelijkheid te creëren tussen alle deelnemende partijen. Haring sloot daarom zijn betoog af met twee adviezen: “Draai de boel eens om en kijk wat je ervan kan leren ...en doe alsof u niets weet en geen enkel belang hebt. Begin vandaag met een schone lei.” In feite roept Haring hiermee op tot het transformeren van participatie. Een heroverweging, losgekoppeld van externe

doelstellingen die van hogerhand aan cultuurparticipatie, community art en gemeenschapskunst worden verbonden. Een frisse, postmoderne kijk op participatie ontstaat niet vanuit zichzelf. Het vereist een andere, innovatieve manier van denken. Charles Leadbeater biedt hiervoor een handvat.

1.2 Leadbeater: transformatie

In 2010 gaf Charles Leadbeater een ‘Innovation Lecture’ tijdens de DIY conferentie op Incubate (Leadbeater, 2010). Tijdens deze presentatie legde Leadbeater uit dat er verschillende soorten innovatie zijn. Er is een behoudende vorm, die vooral draait om het in stand houden van dat wat al bestaat door dat wat er al is beter te maken. Bij radicale innovatie wordt dit verstoord en wordt er een geheel nieuwe manier gevonden om iets te doen en/of wordt er op een totaal nieuwe manier tegenaan gekeken. Deze kunnen allebei plaatsvinden in een formele setting, gericht op bestaande structuren of in een informele setting, waarbij men meer openstaat voor externe input.

In het onderstaande schema (figuur 1) plaatst hij deze vormen van innovatie tegenover elkaar. Voor het gemak zijn de termen vertaald⁴ en de hokjes genummerd:

	Familiar / institutional (formeel)	Unfamiliar / informal (informeel)
Sustaining (behoudend)	1. Improve (verbeter)	2. Combine (combineer)
Disruptive (radicaal)	3. Reinvent (heroverweeg)	4. Transform (transformeer)

Figuur 1: schema Charles Leadbeater

Bij ‘verbeter’ (1) wordt er op een behoudende, formele manier geïnnoveerd. Hierbij is vooral sprake van verbetering van het bestaande. Optie 2 (combineer) is gericht op invloeden van buitenaf, bijvoorbeeld via input vanuit andere sectoren. Innovatie vanuit het derde standpunt (heroverweeg) is meer radicaal van aard: er worden nieuwe soorten bedacht, nieuwe plekken gekozen of nieuwe strategieën uitgezet. In het

⁴ Vertalingen o.b.v. Van Driel (2012).

vierde vlak van dit schema (transformeer) is er sprake van een totaal nieuwe kijk. Je bedenkt geen variaties op wat er al is, maar bedenkt een alternatief. Hier ontstaan volgens Leadbeater de beste nieuwe ideeën. Deze ontstaan door gericht te zijn op ontwikkelingen van buitenaf.

Het schema is op allerlei situaties toepasbaar. Leadbeater lichtte dit tijdens zijn presentatie toe door het schema in te vullen op het gebied van educatie. Het innoveren van educatie vanuit 'verbeter' zou dan bestaan uit het verbeteren van bestaande scholen door betere docenten te trainen, betere boeken te bieden etc. Bij optie 2 (combineer) wordt meer naar buiten gekeken, bijvoorbeeld vanuit de gedachte dat scholen niet de enige plekken zijn waar geleerd wordt. Wanneer je bedenkt dat je ook veel kunt leren van je eigen familie, in je eigen sociale omgeving, dan zou het een goede innovatiestrategie kunnen zijn om school en familie met elkaar te combineren. Wil je educatie vanaf het derde standpunt (heroverweeg) innoveren, dan worden er nieuwe soorten scholen bedacht, of wordt er gekeken hoe je kunt leren op nieuwe plekken of met nieuwe strategieën. Denk daarbij bijvoorbeeld aan het neerzetten van nieuwe gebouwen, het bedenken van nieuwe technologieën, het aannemen van nieuwe docenten etc. In het vierde vlak van dit schema (transformeer) is er sprake van een totaal nieuwe kijk op wat educatie nou eigenlijk is. Hoe zou dat eruit zien zonder school, zonder docenten en zonder boeken? Je bedenkt geen variaties op onderwijs, maar een alternatief voor onderwijs. Zo ontstaan er geheel nieuwe netwerken van leren. Het idee 'school' wordt volledig getransformeerd.

Leadbeater betreft dit schema in zijn lezingen op grootschalige maatschappelijke fenomenen. Hij vult het schema in op basis van thema's als onderwijs, cultuur, ouderenzorg en gevangenissen. Maar ook op kleine schaal is het schema toe te passen. Voordat mijn stage bij Incubate begon, werkte ik tijdens het festival als vrijwilliger mee aan het educatieproject 'After School Avant Garde', waarbij basisschoolklasjes onder leiding van kunstenaars een project uitvoerden. Op een donderdagmiddag assisteerde ik twee Franstalige kunstenaars die samen met 15 leerlingen een optreden gaven vanuit twee kleine tentjes. Het was mijn taak te vertalen wat de kunstenaars vertelden. Tijdens dit participatieproject zag ik hoe participatie op kleine schaal kan worden getransformeerd door een danser van ongeveer tien jaar oud.

De danser kreeg samen met veertien andere klasgenootjes les van twee kunstenaars, die de les begonnen met een uitleg over muziek. Het was hun visie dat je niet alleen muziek kunt maken met instrumenten, maar ook met dagelijkse voorwerpen zoals speelgoed of andere voorwerpen die geluid maken. Ook legden ze uit dat een concert niet altijd in een grote zaal met veel mensen plaats hoeft te vinden, maar dat je ook

in een kleine intieme sfeer, bijvoorbeeld in een klein tentje waar maar zes mensen tegelijk in passen, een optreden kunt geven. Vervolgens lieten de kunstenaars de leerlingen zien en horen wat ze hier precies mee bedoelden. In een klein tentje gaven zij voor maximaal zes kinderen tegelijkertijd een concert van ongeveer drie minuten met een gitaar, een speelgoedpiano en andere kleine voorwerpen die geluid maakten. Daarna was het de beurt aan de kinderen. Onder strakke leiding van één van de kunstenaars, die als dirigent fungeerde, maakten de leerlingen muziek in de tentjes. De instructies waren eenvoudig: legde hij beide handen op de grond dan waren de leerlingen helemaal stil. Stak hij beide handen in de lucht dan maakten de leerlingen, ieder met hun eigen instrument of voorwerp dat geluid kon maken, zoveel mogelijk geluid. Zijn handen gaven het volume aan, bewoog hij langzaam omhoog dan werd het geluid harder, bewoog hij langzaam omlaag dan werd het geluid zachter.

Van de vijftien leerlingen die deelnamen voerden er twaalf de opdracht van de kunstenaar exact uit. De drie overige leerlingen deden wat van hen gevraagd werd, maar zetten het idee naar eigen hand. Eén van de leerlingen had zijn zinnen gezet op een grote 'Play Me, Im Yours' piano, die toevallig naast de tentjes stond. Een andere jongen had voorafgaand aan het project gehoord dat ze 'iets met muziek' zouden gaan doen en had die dag zijn eigen trommel meegenomen. Omdat beide instrumenten te groot en te luid waren om in een tent te worden bespeeld stonden zij tijdens het uitvoeren van de opdracht naast de tent.

Halverwege de workshop kwam één van de leerlingen met een geheel eigen voorstel: hij vroeg de kunstenaar of hij mocht dansen. De kunstenaar begreep hem in eerste instantie niet: hoe kun je nou volume aangeven zonder geluid? Maar na enig aandringen van de leerling liet de kunstenaar hem zijn gang gaan. De jongen nam plaats naast zijn klasgenoten met de trommel en de piano. Legde de kunstenaar zijn handen op de grond dan stond hij stil, bewoog de kunstenaar zijn handen langzaam naar boven dan maakte de jongen eenvoudige, rustige dansbewegingen en wanneer de kunstenaar zijn handen in de lucht stak bewoog de danser energiek en expressief zonder te stoppen.

Door te dansen voegde de jongen een extra, eigen dimensie toe aan de voorstelling. Hij had goed geluisterd naar de les die de basis vormde -je kunt muziek maken zonder instrument en een concert is niet per se gekoppeld aan een bepaalde locatie- en interpreteerde dat op geheel eigen wijze. Hij opende de ogen van de kunstenaar die de opdracht had bedacht en liet hem zien dat er meer uit zijn les te halen was dan hij vooraf had kunnen bedenken. De danser tilde op zijn eigen manier de hele voorstelling naar een hoger niveau, niet alleen voor zichzelf maar ook voor beide kunstenaars, zijn klasgenoten, zijn leraren en het

publiek. Dit voorbeeld laat zien dat de uitkomsten van een participatieproject vooraf niet altijd te voorspellen zijn en soms kunnen leiden tot verrassende nieuwe ideeën, die niet meer onder de term ‘participatie’ vallen.

Op basis van dit voorbeeld kan het innovatieschema van Leadbeater als volgt worden ingevuld:

	Formeel	Informeel
Behoudend	1. Verbeter <i>Overige leerlingen</i>	2. Combineer <i>Trommelaar</i>
Radicaal	3. Heroverweeg <i>Pianist</i>	4. Transformeer <i>Danser</i>

Figuur 2: Schema Leadbeater toegepast op voorbeeld After School Avant Garde

Het grootste gedeelte van de leerlingen (1) gedroeg zich tijdens het participeren formeel en behoudend; zij deden precies wat hen verwacht werd. De trommelaar (2) bracht invloed van buitenaf: hij bracht zijn eigen instrument mee, waardoor een combinatie ontstond tussen het schoolproject en dat wat hij op trommellen had geleerd. De pianist (3) innoveerde door te kiezen voor een groter instrument, met meer geluid, op een andere plek (naast de tent). De danser (4) bracht een innovatie van geheel andere orde. Deze jongen transformeerde onbewust het idee van de kunstenaar en zette het volledig naar zijn eigen hand. Waar de opdracht was stil te zitten en geluiden te maken in een tent, koos hij ervoor geluidloos bewegingen te maken buiten de tent. Hij gooide alle regels om, maar hield wel vast aan het oorspronkelijke idee van de kunstenaar: je hebt niet per se muziekinstrumenten nodig voor een concert en een optreden is niet aan een bepaalde ruimte gebonden. Hiermee tilde hij -onbewust- het optreden van zijn klas naar een hoger niveau.

De danser tijdens After School Avant Garde sloot zich niet blind aan bij het project dat voor hem was uitgedacht. Hij ging, zoals Edgar al aangaf bij het belang van participatie, *zelf* dingen doen. Vanuit zijn eigen intrinsieke motivatie. Hij werd geïnspireerd door het participeren, stelde vervolgens een plan voor dat buiten de geplande participatie viel en dat plan voerde hij zelf uit. Dit ging verder dan alleen ‘deelnemen aan’. Bij het transformeren van participatie verplaatst het initiatief van de organisator naar de participant. De grens tussen leider en volger vervaagt. De term ‘participatie’, die verwijst naar het deelnemen aan iets

wat er al is, is daarom niet meer toereikend. Een betere term voor dit proces is 'activatie', een term die past in het vierde hokje van Leadbeaters innovatieschema.

1.3 Activatie

Activeren verwijst volgens Van Dale (2005) onder andere naar actief maken, aanwakkeren, tot gelding brengen, tot actie aansporen en stimuleren. Het is de transformatie van participatie, omdat het vasthoudt aan de belangen van participatie die Edgar, Benjamin en Leadbeater formuleerden, maar veel verder gaat dan participeren alleen. Het biedt alle deelnemende partijen de kans om, op basis van hun eigen creativiteit, het proces radicaal te doorbreken en er hun eigen 'ding' van te maken. Hierdoor ontstaat een dynamisch proces, los van vaststaande structuren, externe doelstellingen, of vooropgezette plannen. Ook zijn hierdoor alle partijen gelijkwaardig, waardoor een informele sfeer ontstaat.

Activatie ontstaat niet vanzelf, maar is onderdeel van een proces dat ik het proces van activatie noem. Dit is een creatief proces dat niet rechtlijnig verloopt en niet van tevoren te voorspellen is. Eerder in dit verslag was al te lezen dat creativiteit vaak ongepland verloopt en ontstaat op onverwachte plekken vanuit mensen wier rol nergens aan gebonden is.

Ken Robinson is evenals Leadbeater een expert op het gebied van creativiteit, innovatie en educatie. Ook hij werkte wereldwijd samen met vele bedrijven en overheden (Robinson, 2011). Volgens Robinson is creativiteit de hoogste vorm van intelligent denken. Hij definieert creativiteit in zijn boek "Out of Our Minds" (2011) als "the process of developing original ideas that have value" (2011, p. 3). Dit koppelt hij aan innovatie, wat hij omschrijft als "the process of putting new ideas into practice" (p. 3). Creativiteit en innovatie zijn dus geen plotselinge gebeurtenissen, maar onderdeel van een proces dat zich gaandeweg ontwikkelt. In het boek "The Element" (2010a) werkt Robinson zijn theorie rondom creativiteit verder uit. Hij geeft onder andere aan dat creativiteit een actief proces is, je moet daadwerkelijk iets *doen*.

Evenals creativiteit is activatie een actief proces. Binnen dit proces zijn er verschillende factoren die elkaar afwisselen. Twee daarvan heb ik al uitgebreid toegelicht: participatie en activatie. De twee andere even

belangrijke factoren zijn conversatie en presentatie. Deze begrippen komen tot uiting in de volgende activiteiten:

- converseren: communicatie en discussie onderling over wat je doet
- presenteren: laten zien wat je doet en hoe je dat doet
- participeren: samen met andere mensen dingen doen
- activeren: stimuleren en faciliteren wat mensen zelf willen doen

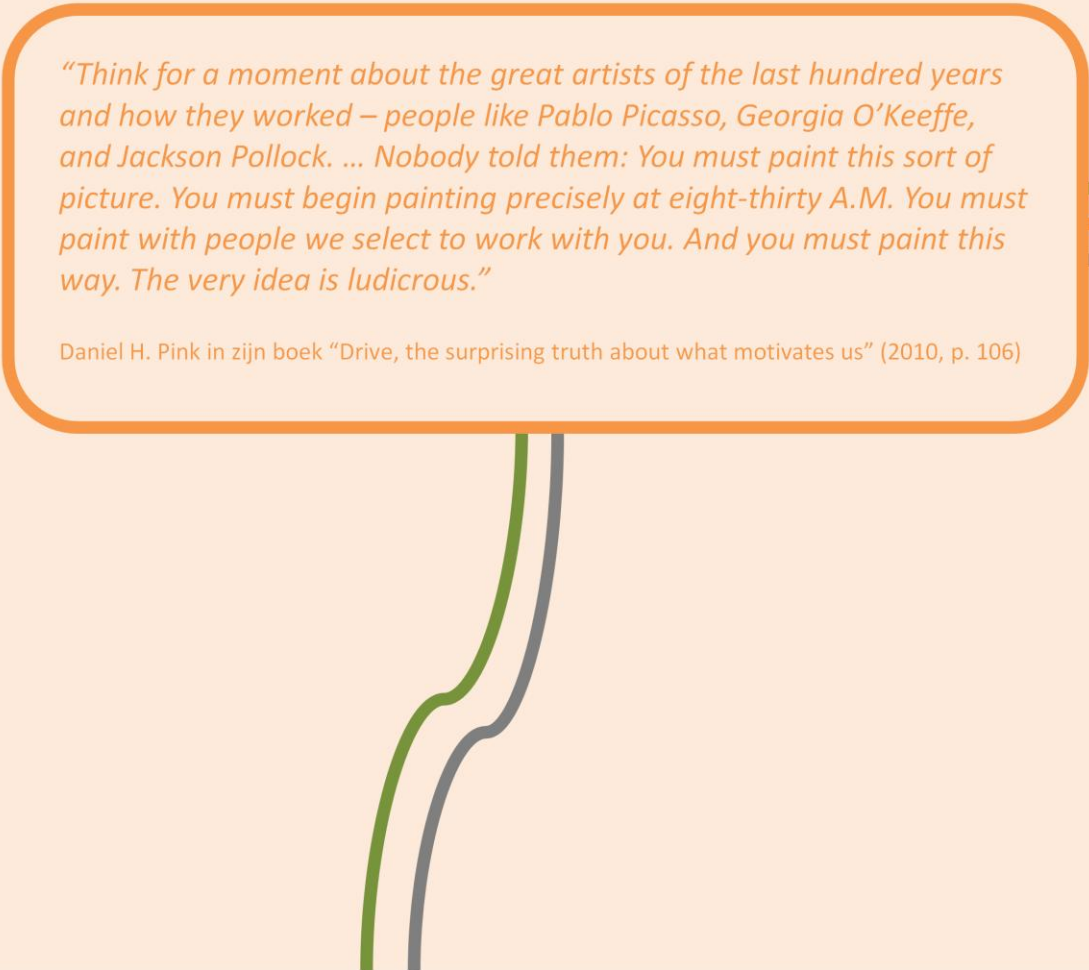
Converseren gaat over communiceren, discussiëren en dialoog onderling over wat je doet, zoals eerder omschreven door Leadbeater (participatory avant garde). Naast converseren is ook presenteren van belang: laten zien wat je doet en hoe je dat doet. Hierdoor kun je inspireren en van elkaar leren. In de praktijk wisselen conversatie en presentatie elkaar vaak af. Wanneer iemand zijn werk laat zien (presentatie) wordt daarover gesproken (conversatie) en een conversatie kan aanzetten tot het tonen van je werkproces. In veel gevallen blijft het hierbij. Het kan ook zijn dat het proces zich keer op keer herhaalt zonder dat er ooit participatie of activatie uit voorkomt. Wanneer er wel actief wordt samengewerkt kan participatie en/of activatie ontstaan. Samen vormen deze vier activiteiten het proces van activatie.

Evenals creatieve processen verloopt ook het proces van activatie niet lineair. Het proces is vooraf niet te voorspellen en groeit op basis van verschillende reacties op onverwachte wendingen. Hierdoor is de kans groot dat het proces een totaal ander resultaat heeft dan vooraf werd verwacht, zoals ook bij de danser tijdens After School Avant Garde het geval was. Wanneer je het proces van activatie koppelt aan dit voorbeeld, wordt duidelijk dat de vier activiteiten continu met elkaar in verbinding staan. Vooraf hadden de kunstenaars de leerlingen verteld wat de les van vandaag zou inhouden (converseren: praten over wat je doet). Vervolgens hadden zij de leerlingen tijdens een kort concert in een klein tentje laten zien hoe zij dat zelf deden (presenteren: laten zien wat je doet). Daarna gingen de leerlingen samen met de kunstenaar aan de slag (participeren: samen dingen doen) met het maken van een presentatie. Terwijl zij dit deden werd er constant gecommuniceerd, wat de danser inspireerde om te activeren. Hij voerde zijn plan uit, welke vervolgens werd samengevoegd tot een presentatie vol onverwachte elementen waar iedereen aan deelnam (participeren).

Op basis daarvan heb ik de volgende definitie voor activatie opgesteld:

Activatie: Het creatieve proces dat leidt tot projecten, bedacht, opgezet en uitgevoerd in een groepsverband door middel van converseren, presenteren en/of participeren. Deze processen verlopen non-lineair en zijn informeel en radicaal van aard, waardoor de uitkomst vooraf onvoorspelbaar is.

Welke thema's binnen het proces van activatie een rol spelen komen aan de orde in het volgende hoofdstuk.



“Think for a moment about the great artists of the last hundred years and how they worked – people like Pablo Picasso, Georgia O’Keeffe, and Jackson Pollock. ... Nobody told them: You must paint this sort of picture. You must begin painting precisely at eight-thirty A.M. You must paint with people we select to work with you. And you must paint this way. The very idea is ludicrous.”

Daniel H. Pink in zijn boek “Drive, the surprising truth about what motivates us” (2010, p. 106)

Hoofdstuk 2:

Intrinsieke motivatie, betekenis en creativiteit

Het schrijven van een formule of format waarin stap voor stap wordt uitgelegd hoe activatie ontstaat, is een illusie. Ieder activatieproces verloopt anders, maar er zijn een drietal thema's die in ieder activatieproces een belangrijke rol spelen: intrinsieke motivatie, betekenis en creativiteit.

Ik kwam tot deze 3 thema's op basis van een analyse van boeken, artikelen en TED talks van Charles Leadbeater, Ken Robinson en Clay Shirky. Hoewel zij ieder vanuit een andere insteek en met andere doelstellingen hun theorieën presenteren komen hun ideeën qua inhoud op veel vlakken overeen en raken zij op verschillende manieren de kern van activatie. Leadbeater en Robinson heb ik in het vorige hoofdstuk al geïntroduceerd. Leadbeater richt zich in zijn theorieën voornamelijk op de massa en Robinson koppelt zijn ideeën voornamelijk aan een nieuwe kijk op educatie met als doel het onderwijs radicaal te transformeren. De Amerikaanse schrijver Clay Shirky omschrijft in zijn boeken en verschillende TED talks hoe digitale netwerken onze contacten, onderlinge samenwerking en organisaties veranderen.

In dit hoofdstuk koppel ik hun theorieën aan ideeën van anderen en leg ik uit hoe intrinsieke motivatie, betekenis en creativiteit kunnen worden versterkt wanneer deze met anderen worden gedeeld door te communiceren, te presenteren, te participeren en te activeren. En daar waar gedeeld wordt, ontstaat de ideale broedplaats voor activatie.

2.1 Intrinsieke motivatie en betekenis

In 2011 bracht Incubate een project van kunstenaar Luke Jerram, getiteld 'Play Me I'm Yours' (PMIY) naar Tilburg. Voor dit project werden door Incubate 103 beschilderde piano's een week lang in en rondom Tilburg neergezet. Gedurende het hele festival kon iedereen die dat wilde door de hele stad pianospelen of luisteren naar het pianospel van anderen.

Een piano is een piano. Maar wanneer verschillende mensen naar dezelfde piano kijken zien ze allemaal iets anders. Een oudere man keek naar de piano op het plein voor het station en zag een concertpodium. Urenlang speelde hij alle jazznummers die hij kende, tot groot genoegen van het publiek van treinreizigers, dat kwam luisteren. Een toevallige passant speelde een paar nummers met hem mee. Een jongetje van zeven jaar oud zag in de piano bij muziekcentrum Paradox een groot stuk speelgoed. Nooit eerder had hij piano gespeeld. Niet gehinderd door enig talent nam hij plaats op de kruk en maakte een half uur lang vol plezier 'muziek'. Een muziekstudent uit Zeeland zag een persoonlijk record. Hij stelde zichzelf tot doel om op één dag op iedere piano in Tilburg een liedje te spelen. Een dame hoorde een meisje pianospelen op het Heuvelplein en zag in de piano een pianoles. Ze leerde het meisje 'Vader Jacob' te spelen. Een Tilburgse festivalorganisator zag in de piano een feestje. Hij belde een bevriende pianist, vroeg hem twee uurtjes te komen spelen en nodigde wat vrienden uit. Op vrijdagmiddag was het feest bij de piano in de Telefoonstraat. Buurtbewoners stroomden toe en brachten allemaal iets lekkers mee, zoals flessen wijn, bier en chips. Klassiekers werden meegezongen, hier en daar werd gedanst en zelfs een regenbui kon de vreugde niet bederven.

Al deze mensen beleefden veel plezier aan de piano's. Niet passief, maar actief. Niemand vertelde hen wat ze moesten doen of hoe ze dat moesten doen. Niemand betaalde hen voor hun inzet. Ze deden wat ze deden omdat ze dat zelf wilden. Ze handelden allemaal vanuit hun eigen intrinsieke motivatie.

Intrinsieke motivatie wordt door universitair docent Vincent de Waal in zijn boek "Uitdagend leren" (2004) omschreven als "wanting to do it". Dit is het tegenovergestelde van extrinsieke motivatie (having to do it)⁵. Intrinsieke motivatie vormt de basis voor het proces van activatie. Het vormt de basis die ervoor zorgt dat mensen iets willen gaan doen. In het boek "Here comes everybody" (2009 p. 7-10) constateert Clay Shirky

⁵ De Waal (2004) refereert hierbij aan Csikszentmihalyi, 1997.

op basis van een analyse van de manier waarop we met nieuwe media zoals Wikipedia omgaan, dat mensen graag meer willen doen dan alleen passief toekijken. We willen niet alleen consumeren, maar ook produceren ('Kijk eens wat ik heb gemaakt!') en delen ('Kijk eens wat ik heb gevonden!'). We willen dus graag actief dingen doen. Maar waarom?

In het boek stelt Shirky zichzelf de vraag waarom hij – en vele mensen met hem - de moeite neemt om een artikel op Wikipedia te herschrijven. Shirky geeft hiervoor drie redenen. De eerste reden is dat het hem de kans geeft om zijn ongebruikte “mental capacities” te oefenen (p. 132). Mensen willen dat wat ze (goed) kunnen graag trainen. Deze intrinsieke motivatie speelde ook een rol bij de vele mensen die piano speelden in Tilburg tijdens PMIY; het bood hen de kans hun muzikale vaardigheden te gebruiken en zo hun skills te oefenen op een andere plek dan normaal. Shirky's motivatie heeft een relatie met leren in de vrije tijd, een belangrijk onderwerp uit De Waals eerder genoemde boek. Vrije tijd wordt volgens De Waal een element in de leermotivatie, “omdat het door mensen zinvol en nastrevenswaardig wordt gevonden in de beschikbare vrije tijd te doen waar je zin in hebt, wat je interesseert, wat je tot nu toe nooit gedaan hebt of beter onder de knie wilt krijgen” (p. 147). Maar los van het feit dat het trainen van je capaciteiten leerzaam is, is het ook gewoon leuk: “there is a pleasure in improving your abilities even if that doesn't translate to absolute perfection”. (Shirky, 2009, p. 99).

Daarnaast omschrijft Shirky ook het plezier dat hij beleeft wanneer hij via Wikipedia iets in de wereld heeft kunnen veranderen, alleen maar om zijn persoonlijke 'stempel' erin terug te kunnen zien. Dat heeft volgens hem te maken met een ijdelheid die in iedere mens zit: “making a mark on the world is a common human desire” (p. 132). Ook willen mensen graag aan anderen laten zien, of in het geval van PMIY laten horen, waar ze goed in zijn.

Wanneer je van anderen hoort dat je ergens goed in bent, geeft dat een gevoel van trots. Dit gevoel versterkt wanneer je complimenten ontvangt over iets dat echt 'van jou' is. In de inleiding verwees ik naar een artikel van cultuurpsycholoog en publicist Jos van der Lans (2012). In dit online artikel geeft hij het voorbeeld van een bibliotheek in Vlieringsbeek, een kleine bijna krimpgemeente in Brabant: “de bibliotheek moest sluiten vanwege de bezuinigingen, waarna bewoners de zaak overnamen. Wat een beetje een suffig uitleenpunt was, is nu een energieke ontmoetingsplek geworden waar van alles gebeurt.” Blijkbaar zijn mensen gemotiveerd zich in te zetten wanneer een cultureel project hun eigendom wordt. Hij geeft hier een logische verklaring voor: “Je bent nu eenmaal zuiniger op iets van wat van je zelf is, dan op het bezit

van anderen. Wat je zelf hebt verworven staat je nader dan iets wat anderen voor je hebben geregeld". Daadwerkelijk eigenaarschap is daarbij volgens Van der Lans cruciaal. Daarmee bedoelt hij dat het echt 'hun ding' is.

De derde reden die Shirky noemt, heeft betrekking op onze behoefte om iets goeds te doen. Het schrijven van een artikel betekent meer dan kiezen welke ringtone je op je mobiele telefoon wilt hebben. Bijdragen aan Wikipedia geeft betekenis. Ook Leadbeater schrijft over deze behoefte aan betekenis: "people want meaningful opportunities to participate and contribute, to add their piece of information, view or opinion" (Leadbeater, 2009b, p Xxix).

In 2009 organiseerde Cornerhouse, een international centrum voor moderne beeldende kunst en independent film in Manchester, een bijeenkomst onder de naam "The Art of With 1: Setting the Scene" (Cornerhouse, 2009). Deze bijeenkomst werd georganiseerd naar aanleiding van een researchproject dat onder andere gebaseerd werd op het eerdergenoemde essay "The Art of With" van Charles Leadbeater. In een conclusie geeft Leadbeater organisaties tips om The Art of With te verwerken in hun werkwijze. Bij een van deze tips gaat hij in op de behoefte aan betekenis: "you have to keep a big story in mind" (MRCornerhouse, 2009). Hiermee verwijst hij naar de context: door een bijdrage te leveren moeten mensen het idee krijgen iets bij te dragen aan en/of onderdeel te worden van een groter geheel. Zonder dit 'grotere verhaal' heeft het geen zin. Die verhalen zijn volgens Leadbeater de reden waarom mensen enthousiast worden.

Behalve het bieden van een context is het ook mogelijk een bestaande context, en daarmee ook de bestaande betekenis, te veranderen om zo inspiratie bij mensen te laten ontstaan en hen te stimuleren om verder te kijken dan de voor hun bekende grenzen. Volgens The Arts Council (Edgar, 2012) heeft kunst mede tot doel de ervaring van mensen te verrijken. Kunst zorgt voor kleur, pracht, passie en het intensificeert je leven. De piano's in de stad tijdens PMiY zorgden ervoor dat Tilburgers een week lang hun stad op een andere manier konden beleven, een manier die door velen als een verrijking werd ervaren. De stad aan sich was echter niet veranderd en de Tilburgers in de stad hadden zeer waarschijnlijk al ontelbare keren in hun leven piano's gezien, gehoord of bespeeld. De verrijkende ervaring ontstond doordat deze twee vertrouwde elementen op een nieuwe manier met elkaar werden gecombineerd, waardoor twee bestaande elementen een nieuwe betekenis kregen. Hierom draait het bij Leadbeaters volgende punt: "connect unlikely ingredients".

Festivals, maar ook andere organisaties, hebben de mogelijkheid om kunstuitingen op verschillende, onverwachte manieren te combineren. Incubate past dit op allerlei vlakken toe. Zij organiseren bijvoorbeeld samenwerkingsprojecten tussen kunstenaars, studenten en kinderen. Ze organiseerden niet alleen projecten in concertzalen, maar ook op de boerderij en de bowlingbaan. Dit trekt het publiek uit zijn vertrouwde routine en nodigt hen uit hun eigen interesses ook eens op een andere manier te bekijken. De context verandert, waarmee het voor makers en publiek een andere betekenis krijgt. Dit werkt inspirerend en doordat Incubate alle piano's in de stad heeft gefaciliteerd, is de drempel om mee te doen erg laag.

Volgens Leadbeater is het verbinden van onverwachte dingen interessant, omdat juist daar de toekomst ligt. Die dingen die nu op de grens liggen, worden straks de mainstream. Wanneer je nu alleen maar kijkt binnen de bestaande kaders zul je volgens hem de toekomst niet vinden. Daarom roept hij op naar de grenzen te blijven kijken en bereid te zijn deze te ondersteunen.

2.2 Creativiteit: een idee als netwerk

Het delen van wat je doet, door erover te communiceren, je werk aan elkaar te presenteren, of samen iets nieuws te maken geeft meer betekenis en kan je intrinsieke motivatie versterken. De wil tot delen en samenwerken is volgens zowel Shirky als Leadbeater een eigenschap die van nature in iedere mens zit. Leadbeater schrijft in “We-think” dat we continu op zoek zijn naar gezamenlijke manieren om dingen gedaan te krijgen. We willen praktische manieren om samen te delen, te denken en zij aan zij te kunnen werken met onze peers (Leadbeater, 2009b). Delen is een belangrijk onderdeel van de vier activiteiten die horen bij het proces van activatie (communiceren, presenteren, participeren en activeren). Geen van de activiteiten kun je immers alleen doen. Door via deze activiteiten te delen krijgt wat je doet meer betekenis, word je door anderen geïnspireerd en word je intrinsieke motivatie versterkt. De danser uit hoofdstuk 1 activeerde niet spontaan. Het was een gevolg van conversatie, presentatie en participatie, wat leidde tot een nieuwe presentatie en een andere vorm van communicatie en participatie. En hoewel het zijn eigen idee was om met dans de muziekperformance te versterken, was hij in zijn eentje waarschijnlijk nooit op het idee gekomen, en niet geactiveerd. Activatie is een creatief groepsproces.

Zowel Leadbeater als Robinson constateren dat creativiteit in groepsverbanden versterkt wordt. In *The Element* (2010a) signaleert Robinson hoe mensen in creatieve groepen elkaar stimuleren en samen dingen creëren die ze alleen niet hadden kunnen bedenken: “This is where the argument for developing our powers of creativity moves up a gear” (p. 8). Leadbeater gaat een stap verder en stelt dat samenwerking vrijwel altijd de bron van creativiteit is (2009b, p. 7):

In reality creativity has always been a highly collaborative, cumulative and social activity in which people with different skills, points of view and insights, share and develop ideas together. At root most creativity is collaborative. It is not usually the product of a flash of insight from a lone individual.

Goede creatieve ideeën ontstaan niet zomaar. Er gaat een uitgebreid proces aan vooraf dat op meerdere vlakken vergelijkbaar is met het proces van activatie. In een bekende TEDtalk, getiteld “Where good ideas come from” (Johnson, 2010) gaat Steven Johnson, naast de vraag waar goede ideeën vandaan komen, in op omgevingsfactoren die leiden tot ongebruikelijke niveaus van innovatie en creativiteit. Johnson stelt dat we denken in vaste patronen wanneer het gaat over het ontstaan van een idee. We gaan er namelijk vaak vanuit dat een idee ontstaat in een wonderbaarlijk, verhelderend moment (‘eureka!’). Maar zo werkt het niet. In de praktijk is ieder goed idee een netwerk. In de meeste gevallen ontstaan ideeën uit een aantal onderdelen die toevallig binnen je handbereik liggen. We gebruiken ideeën van andere mensen, van mensen van wie we leren, mensen die we toevallig tegenkomen in een kroeg. Deze ideeën plakken we aan elkaar en zo creëren we iets nieuws. Goede ideeën en innovatie ontstaan volgens Johnson dan ook op plaatsen waar veel verschillende ideeën, achtergronden en interesses samenkomen in een informele setting, zoals in de kroeg of in de bedrijfskantine.

Het proces van activatie floreert op intrinsieke motivatie. Wanneer mensen met een vergelijkbare intrinsieke motivatie samenkomen in een informele setting kunnen mooie, nieuwe ideeën gemakkelijker ontstaan dan wanneer je in je eentje op een zolderkamer blijft zitten nadenken. Tot een goed idee komen kan misschien wel wanneer je alleen werkt, maar volgens Johnson kunnen meer mensen samen zo’n idee veel sneller tot uiting brengen. Het proces van het ontstaan van een goed idee verloopt namelijk erg traag. Soms heb je zelf al een gedeelte van een idee bedacht, maar valt het nog niet op z’n plaats. Om ideeën sneller tot uiting te brengen moet je onder andere een verbinding zoeken met de stukjes van ideeën van andere mensen; jij hebt een half idee, iemand anders heeft de andere helft en wanneer je in de juiste

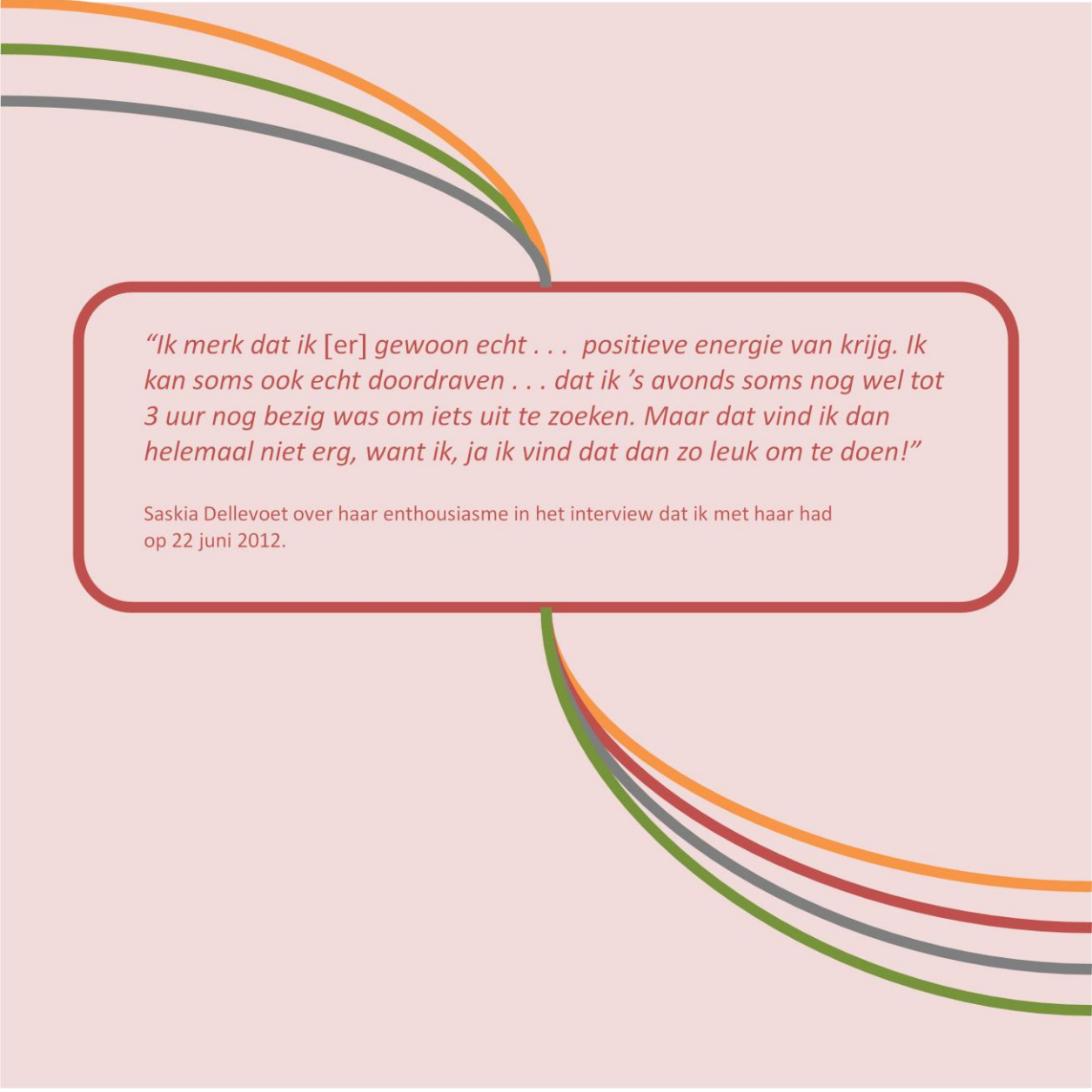
omgeving bent ontstaat uit de combinatie van beide ideeën het ‘grote’ idee. Niet zelden heeft het gezamenlijke idee meer waarde dan je vooraf in je eentje had kunnen bedenken.

Johnson pleit er dan ook voor om, in plaats van kennis te beschermen met patenten en dergelijke, meer te focussen op het delen en het verbinden van ideeën. Immers: “chance favors the connected mind”. Daar waar de ideeën van verschillende intrinsiek gemotiveerde mensen samenkomen, ontstaat de ideale broedplaats voor activatie. Binnen deze groepen zijn mensen in staat hun ideeën met elkaar te verbinden en zo te komen tot oplossingen en ideeën die vooraf niet te voorspellen zijn. Ze denken niet naar een specifieke oplossing toe, maar denken divergent, waardoor een nieuw scala aan mogelijkheden wordt geopend. In een bekend animatiefilmpje van the RSA legt Ken Robinson uit dat divergent denken een essentieel onderdeel is van creativiteit (Robinson, 2010b):

Divergent thinking is . . . an essential capability for creativity. It’s the ability to see lots of possible answers to a question, lots of possible ways of interpreting a question. To think . . . laterally. To think not just in linear or convergent ways. To see multiple answers and not one

Robinson geeft aan dat je eenvoudig kunt testen of iemand goed is in het divergent denken, door hem of haar te vragen op hoeveel verschillende manieren je een paperclip zou kunnen gebruiken. De meeste mensen kunnen tien tot vijftien manieren bedenken. Mensen die goed zijn in divergent denken komen met gemak aan 200 verschillende oplossingen. Dit doen ze door te bedenken of de paperclip niet ook van schuimrubber gemaakt zou kunnen zijn, en 2 meter hoog. Of, zoals Robinson het op humoristische wijze formuleert; “does it have to be a paperclip as we know it, Jim?”.

In het volgende hoofdstuk wordt deze theorie gekoppeld aan de praktijk, waarbij aan de hand van concrete voorbeelden wordt uitgelegd welke rol intrinsieke motivatie, betekenis en creativiteit spelen bij het proces van activatie en hoe divergente netwerken van ideeën in de praktijk vorm krijgen.



“Ik merk dat ik [er] gewoon echt . . . positieve energie van krijg. Ik kan soms ook echt doordraven . . . dat ik 's avonds soms nog wel tot 3 uur nog bezig was om iets uit te zoeken. Maar dat vind ik dan helemaal niet erg, want ik, ja ik vind dat dan zo leuk om te doen!”

Saskia Dellevoet over haar enthousiasme in het interview dat ik met haar had op 22 juni 2012.

Hoofdstuk 3: Activatie in de praktijk

Activeren gebeurt overal, op grote en op kleine schaal. Wanneer je op zoek gaat, kom je overal mensen tegen die activeren. Zo ook in Tilburg, waar ik in het kader van dit onderzoek verschillende mensen interviewde die ieder op hun eigen manier activeren. Zij steken vanuit een intrinsieke motivatie veel tijd in projecten die financieel weinig of niets opleveren, maar op andere vlakken heel waardevol blijken. In de gesprekken die ik met hen had, heb ik hen open vragen gesteld over wat ze doen, hoe ze dat doen en waarom ze dat doen. Wat volgde, waren interessante gesprekken over drijfveren, samenwerking, betekenis en de rol van creativiteit in hun werk.

In dit hoofdstuk zullen de uitspraken van drie activatoren - Niek Hendrix, Saskia Dellevoet en Jeroen Abbing⁶ - worden gekoppeld aan de theorie uit de twee voorgaande hoofdstukken om zo een beeld te geven van activatie in de praktijk.

3.1 Interviews

Hoewel Niek, Saskia en Jeroen elkaar niet kennen hebben ze veel overeenkomsten. Ze hebben ieder voor zichzelf een positie gecreëerd waarbij ze wekelijks veel uren bezig kunnen zijn met hun eigen, persoonlijke passie. Tijdens de gesprekken die ik met hen had, vertelden ze met veel enthousiasme over het plezier waarmee ze hun werk doen en alles wat daarbij komt kijken.

Niek Hendrix (1985) is beeldend kunstenaar. Op het gebied van beeldende kunst is hij altijd benieuwd naar wat er speelt. Hij bezoekt daarom regelmatig tentoonstellingen, exposities en andere evenementen en houdt via verschillende media alle laatste ontwikkelingen bij. Over alles wat hij ziet, hoort en leest, schrijft hij een blog genaamd Lost Painters⁷: 'een kunstblog over verf, schilderen, kunst, het leven en wat dat alles

⁶ Naast deze drie geïnterviewden sprak ik ook met Teun van Irsel, Joanne Leijten en Coos Salomons. Hoewel hun interviews niet in dit hoofdstuk zijn opgenomen, vormden hun uitspraken wel een belangrijke inspiratiebron bij het schrijven van deze scriptie.

⁷ www.lost-painters.nl

zo leuk maakt'. Dit project, dat ooit begon als een schoolopdracht, trekt inmiddels tienduizenden website bezoekers per maand en Niek is hier dan ook fulltime mee bezig. Dertig à veertig uur per week is hij bezig met het schrijven van teksten, het maken van foto's en het beantwoorden van de vele mails die hij per dag ontvangt. Met deze site verdient Niek geen geld, zijn inkomsten haalt hij uit een parttime baan in de marketingsector en de verkoop van zijn schilderijen.

Saskia Dellevoet (1970) is zelfstandig professional. Binnen de onderwijs- en bibliotheeksector houdt ze zich bezig met creatieve educatieve concepten, interactief leren en mediawijsheid. Ze is gefascineerd door de invloed van technologische ontwikkelingen op leerprocessen en leermiddelen en vindt dat er veel moet veranderen in het onderwijs en in de bibliotheekwereld. Daarom richt ze zich onder andere op cocreatie en open source projecten. Saskia verdient haar geld met verschillende projecten die ze doet, maar in de praktijk steekt ze veel extra tijd in projecten die ze leuk vindt om te doen. Ze geeft als voorbeeld een project dat ze opzette voor de bibliotheek in het kader van een maatschappelijke stage van het VMBO. Voor het project stond 15 uur ingepland, maar ze heeft er ruim 250 uur aan gewerkt.

Jeroen Abbing (1987) heeft een groot deel van zijn leven niet geweten wat hij wilde doen. Dit veranderde toen hij voor een schoolopdracht hielp bij een evenement van Verse Pookoe⁸, een organisatie die jongeren hun creatieve talent laat ontdekken. Inmiddels werkt hij al anderhalf jaar bij deze organisatie waar hij, samen met zijn vrienden, jongeren die net als hij niet weten wat ze willen doen actief betreft bij de culturele sector, zowel voor (op het podium) als achter de schermen (zoals filmen, programma's maken, organiseren). Hij besteedde in het afgelopen jaar naast zijn studie 20 à 32 uur per week aan het organiseren van evenementen, het editen van films, het begeleiden van stagiaires, het schrijven van plannen en allerlei andere activiteiten, zonder dat hij daarvoor betaald krijgt.

Alle interviews vonden plaats in Tilburg. Ik sprak Niek op 7 juni, Saskia op 22 juni en Jeroen op 5 juli 2012. De interviews waren kwalitatief van aard en duurden 1 à 1.5 uur, waarbij de geïnterviewden het grootste gedeelte van de tijd aan het woord waren. Als basis voor het gesprek heb ik gebruik gemaakt van een topiclijst, naar aanleiding waarvan ik de geïnterviewden vragen stelde over de projecten die ze organiseerden, hun persoonlijke motivatie om dat te doen, de samenwerking met anderen en rol van creativiteit bij het organiseren van die projecten.

⁸ www.versepookoe.nl

Tijdens het gesprek heb ik de geïnterviewden zo min mogelijk onderbroken. Ik nam de gesprekken op met een voicerecorder en maakte tegelijkertijd aantekeningen. Dit gaf mij de mogelijkheid om tussen de vragen door stiltes te laten vallen, omdat ik bezig was met opschrijven. Juist deze stiltes bleken cruciaal. Het gaf de geïnterviewden de mogelijkheid om op hun eigen antwoorden te reflecteren en meerdere keren stelden ze na enkele seconden hun antwoord bij. Het was vaak op deze momenten dat hun antwoorden de theorieën uit hoofdstuk 1 en 2 wisten te raken.

3.2 Intrinsieke motivatie en betekenis

Wanneer je activatie wilt stimuleren is het belangrijk om te weten wat mensen drijft om een groot deel van hun tijd te besteden aan creatieve projecten. In deze paragraaf vertellen de geïnterviewde activatoren wat hun drijfveren zijn.

De wereld verbeteren vanuit passie

Of het nu gaat om de nieuwsgierigheid naar beeldende kunst, het ontdekken van nieuwe methoden binnen het onderwijs en de bibliotheek, of een grote interesse voor kunst cultuur in al zijn diversiteit, passie vormt de basis voor alles wat deze activatoren doen. Alle drie geven ze aan dat de basis voor hun projecten hun eigen persoonlijke passie is. Dit sluit aan bij De Waal, die in hoofdstuk 1 al stelde dat het door mensen zinvol en nastrevenswaardig wordt gevonden in de beschikbare vrije tijd te doen waar je zin in hebt, wat je interesseert, wat je tot nu toe nooit hebt gedaan of beter onder de knie wilt krijgen (De Waal, 2004). Hun belangrijkste drijfveer is dan ook plezier; ze vinden het gewoon heel erg leuk om bezig te zijn met dat wat ze doen.

De passie van Niek, Saskia en Jeroen gaat echter verder dan alleen een interesse. De activatoren hebben alle drie een drive om de wereld op een klein, specifiek gebied te veranderen. Dit werd door Niek mooi verwoord naar aanleiding van een quote uit het boek *The Fountainhead* van Ayn Rand, waarin een romanticus wordt omschreven als iemand die de wereld niet alleen ziet zoals die is, maar ook zoals die zou moeten zijn. Hetzelfde geldt voor de geïnterviewden. Clay Shirky zei in hoofdstuk 1 dat hij veel plezier beleeft aan het idee dat hij via Wikipedia iets aan de wereld zou kunnen veranderen (Shirky, 2009). De

activatoren pakken het echter grootster aan en stellen steeds opnieuw projecten in werking om hun bijdrage te kunnen leveren aan een puzzelstukje van een mooiere, leukere of en/of betere wereld. Zo zet Saskia zich in om het onderwijs en de bibliotheek te veranderen.

Dat deze motivatie zeer persoonlijk kan zijn blijkt uit het verhaal van Jeroen. Zijn organisatie richt zich op jongeren die niet echt goed weten wat ze willen doen, een probleem waar Jeroen zelf ook mee te maken heeft gehad. Hij ontdekte pas op latere leeftijd wat hij graag wilde doen en had graag gezien dat er destijds een organisatie als Verse Pookoe was geweest die hem op een toffe manier in aanraking had laten komen met kunst en cultuur in al zijn diversiteit: “overall zie je hangjongeren. Met een goed idee kun je al zoveel doen. Als wij daarvoor de middelen kunnen bieden dan is dat heel erg mooi”. Dit sluit aan op de menselijke behoefte om iets goeds te doen. (Shirky, 2009) Het is deze passie die steeds weer de basis vormt voor de projecten die door de activatoren worden uitgevoerd. Het is hun ‘big story’, het grote verhaal waarover Leadbeater sprak tijdens de conferentie voor Cornerhouse (MCRCornerhouse, 2009) dat ervoor zorgt dat zij en de mensen om hen heen enthousiast worden en in actie komen.

Vanuit dit grote verhaal hebben de geïnterviewden alle drie iets op de kaart gezet dat er nog niet was. Nieks blog, dat zich voornamelijk richt op beeldende kunst in Nederland, is relatief uniek; Saskia bedenkt haar projecten als tegenhanger van de ‘saaie’ bibliotheek- en onderwijsproducten die er tot nog toe door de bibliotheek werden georganiseerd, en in Tilburg is er nog geen organisatie als Verse Pookoe. De activatoren zetten deze projecten volledig vanuit eigen initiatief op. Mede daarom ervaren ze de projecten als iets dat ‘van hun’ is, zoals eigenaarschap door Van der Lans (2012) werd uitgelegd. Ze vertellen dan ook vol trots over de resultaten die ze ermee hebben geboekt. En hoewel er financieel weinig tegenover staat, worden ze wel beloond voor hun inzet door de erkenning die ze krijgen vanuit verschillende hoeken.

Erkenning

Op de vraag waarom ze zoveel tijd besteden aan projecten waarvoor ze geen geld krijgen, geven de activatoren verschillende antwoorden. Alle drie geven ze daarbij - direct of indirect- aan dat het erg leuk is om via de enthousiaste reacties van anderen te merken dat er behoefte is aan dat wat ze doen. Hun inzet wordt beloond met erkenning, die ze op verschillende manieren ontvangen.

Niek zag dat zijn blog in de eerste maand 500 individuele bezoekers trok. Hij vond dit ongelooflijk veel. Inmiddels heeft hij tienduizenden websitebezoekers per maand. 'Idioot groot' vind hij zelf, maar voor Niek is dat slechts een gevolg. Hij denkt dat hij het voor 20 trouwe bezoekers ook wel had gedaan. Naast deze anonieme getallen krijgt hij ook erkenning op allerlei andere manieren. Zo ontvangt hij dagelijks vele e-mails die hij allemaal probeert te beantwoorden. Daarnaast vindt Niek het erg leuk dat hij door zijn blog zo nu en dan VIP uitnodigingen krijgt, bijvoorbeeld voor de opening van een nieuwe expositie, waar hij mocht aanschuiven bij 'grote' namen uit de kunstwereld. Ook Saskia vertelt vol enthousiasme over de uitnodigingen die ze krijgt, bijvoorbeeld van een docent aan de Pabo. Naar aanleiding van een workshop die ze daar had gegeven, mocht ze met een groep PABO studenten op werkbezoek bij Kennisnet, een organisatie op het snijvlak van onderwijs en ICT, waar je als individu maar heel moeilijk binnenkomt. Op deze manier levert dat wat de activatoren leuk vinden om te doen hen ook allerlei waardevolle momenten op. Die momenten zijn veel meer waard dan geld of aandacht.

Daarnaast ontvangen ze direct en indirect veel complimenten over hun werk. Die complimenten komen uit allerlei verschillende hoeken en soms totaal onverwacht. Jeroen hoorde bijvoorbeeld mensen praten over een heel 'tof' evenement dat binnenkort zou gaan plaatsvinden. Deze mensen wisten niet dat Jeroen dit evenement had georganiseerd. Na afloop van datzelfde evenement kreeg hij van allerlei verschillende mensen hele positieve reacties. Niek vertelt over diverse kunstenaars hem vragen om kritische feedback. Met name in het eerste jaar, toen hij net begon met zijn blog werd hij door dit soort reacties erg geraakt. Niek was immers nog niet eens afgestudeerd en nu werd door professionals om zijn mening gevraagd. Ook merkt Niek dat hij met zijn blog invloed heeft. Hij heeft een groot bereik en dat wat hij schrijft wordt serieus genomen. Dit geeft hem de mogelijkheid om iets bij mensen teweeg te brengen.

Saskia herinnert zich een uitspraak van een docent die tijdens een van haar projecten over zijn leerlingen verzuchtte 'joh, waren ze altijd maar zo actief bezig'. Daarnaast noemt Saskia verschillende voorbeelden van leerlingen die in hun enthousiasme zo opgaan in haar projecten dat ze zich helemaal verliezen in het verhaal en niet meer doorhebben dat ze eigenlijk aan het leren zijn. Jeroen herkent dit ook. Hij ziet dat anderen leren en groeien, mede door zijn inzet. Hij vertelt trots over de stagiaires die hij heeft begeleid en hij vindt het erg 'tof' om hen bij hun eindproject te zien stralen. Het gevoel dat hij kreeg toen het project dat zij samen met hem georganiseerd hadden was 'onbeschrijfelijk'.

Het zijn dit soort momenten waarvoor de activatoren 'het allemaal doen'. Al deze vormen van erkenning geven de activatoren energie en versterken hun motivatie om door te gaan. Saskia vertelt dat ze af en toe om 3:00 's nachts nog aan het werk is, want het is 'zo leuk'.

Daarnaast geven ze alle drie aan dat het groeien van hun netwerk een van de meest waardevolle resultaten van hun werk is. Dit betreft contacten met mensen die een nauwe relatie hebben met hun passie. Deze mensen inspireren hen en leveren hen via via soms hele leuke nieuwe opdrachten op. Maar ook als dat niet het geval is, vinden ze het erg prettig om in contact te komen met mensen die hun passie delen. Deze netwerken zijn creatief van aard; ze zijn open, onvoorspelbaar en leiden tot onverwachte verbindingen met anderen. Saskia omschrijft hoe ze via persoon a in contact kwam met persoon b, die haar uitnodigde om een presentatie te komen houden bij organisatie c. Daar raakte ze weer in gesprek met persoon d, die haar introduceerde bij een netwerk waar ze zelf niet bekend mee was. Zo komt ze steeds weer in aanraking met nieuwe mensen. Dit staat volgens haar in contrast met de traditionele netwerken van de bibliotheek, waarbinnen dezelfde mensen steeds naar elkaar toe trekken. Deze netwerken stellen de actiatoren niet alleen in staat hun passie te delen, maar bieden ook allerlei kansen voor vervolgprojecten. Maar niet alleen de netwerken zijn creatief. Creativiteit speelt een belangrijke rol in het gehele proces van activatie.

3.3 Creatief proces

Uit de interviews kwam duidelijk naar voren dat het begrip creativiteit verschillende interpretaties kent. Gevraagd naar de rol van creativiteit in hun werk werd in eerste instantie antwoord gegeven vanuit een 'creatief met kurk' interpretatie van het begrip. Saskia en Niek kunnen hun creativiteit kwijt in hun eigen discipline. Saskia werkt graag met allerlei digitale tools en probeert die programma's zo creatief mogelijk in te zetten. Zo koppelde ze PowerPoint aan andere tools en maakte daarmee digitale prentenboeken. Niek is zelf beeldend kunstenaar en daarnaast geeft hij tijdens het gesprek aan dat een blog ook een creatief 'ding' is: hij maakt zijn eigen foto's en schrijft iedere dag zijn eigen teksten, die hij zo efficiënt mogelijk online plaatst. Hier beleven Niek en Saskia plezier aan, immers, mensen willen dat wat ze (goed) kunnen graag trainen (Shirky, 2009). Jeroen beweerde echter helemaal niet creatief te zijn: 'ik heb nooit kunst gemaakt, gedanst of iets anders'.

Maar de geïnterviewden namen zelf geen genoegen met hun eigen antwoord. Hardop denkend kwamen ze alle drie tot een bredere definitie van creativiteit. Zo vindt Jeroen zichzelf wel ‘creatief van geest’. Saskia verwoordt haar interpretatie creativiteit het meest direct; ze acht het van groot belang om creatief na te denken over problemen en omschrijft dit als een proces dat overeenkomt met Johnson’s theorie (2010) die een idee als een netwerk ziet. Volgens Saskia zijn er bij het ontwikkelen van ideeën namelijk geen beperkingen en kan eigenlijk alles, als je maar de juiste middelen en de juiste instelling hebt.

Wanneer je creativiteit zoals Leadbeater (2005) ziet als het leggen van nieuwe verbanden en het op een nieuwe manier combineren van diverse ingrediënten zijn de activatoren uiterst creatief. En dat doen ze niet alleen. Saskia vertelt hoe creativiteit volgens haar iets is wat meer tot zijn recht komt als je het samen met anderen doet. Daarom is ze zo gefascineerd door cocreatie en open source projecten. Ze werkte bijvoorbeeld met kinderboekenschrijvers die de kinderen prikkelen eigen verhalen te schrijven en laat waar mogelijk de leerlingen zelf de inhoud van haar project bepalen.

In de voorgaande hoofdstukken zijn deze creatieve groepsprocessen al uitgebreid aan bod gekomen, onder anderen met Leadbeater (“at root most creativity is collaborative”, 2009b, p. 7). Mede doordat er mensen vanuit verschillende hoeken samenkomen om iets te maken, is dit proces niet te voorspellen en zit het vol onverwachte wendingen. Saskia vond bijvoorbeeld via verschillende kanalen 28 mensen die mee wilden helpen aan een publicatie over digitale media in de bibliotheek. Ze bundelde deze ideeën tot een online publicatie⁹ en gaf zo anderen de mogelijkheid om met hun idee aan de slag te gaan, er een eigen draai aan te geven of er zelf een geheel nieuw idee van te maken.

Juist daar waar verschillende ideeën, achtergronden en interesses samenkomen in een informele setting ontstaan volgens Johnson goede ideeën en innovatie. Jeroen omschrijft tijdens het interview precies hoe zo’n situatie ontstaat tijdens de vergaderingen bij Verse Pookoe. Die vergaderingen vinden meestal plaats op kantoor, maar als het zo uitkomt kan het ook zijn dat iedereen buiten gaat zitten met een biertje, bijvoorbeeld op vrijdagmiddag. Iedereen die op dat moment aanwezig is vergadert mee. Het zijn mensen uit alle hoeken van de samenleving, hun afkomst of opleiding maakt niet uit, iedereen is gelijk en ieders idee is even waardig. Tijdens deze bijeenkomsten wordt er door de hele groep nagedacht en ontstaan er allerlei ideeën; een mooi voorbeeld van divergent denken, zoals dat in het vorige hoofdstuk werd

⁹ <http://saskiadellevoet.blogspot.nl/2012/05/online-digitale-media-in-bibliotheken.html>

omschreven door Robinson (Robinson, 2010b). Zo kreeg Verse Pookoe de opdracht voor een festival in Tilburg een programma te bedenken waarmee dagelijks 1 à 1.5 uur moest worden gevuld. Ze mochten zelf bedenken hoe ze dat wilden doen. De opdracht werd in vergadering gebracht en er ontstond 'een stortvloed aan leuke, grappige ideeën' waarvan er later een aantal zijn uitgevoerd. Jeroen omschrijft het proces als volgt: 'iedereen kende wel iets, mensen werden gebeld. Bij een idee gaat iemand daarop in, mensen voegen een idee toe en corrigeren fouten'. Jeroen constateert tijdens het vertellen dat je creatief moet zijn om een goed plan te bedenken en dat je vanzelf creatief wordt wanneer je tussen creatieve mensen werkt. Deze vorm van brainstormen neemt qua tijd een groot deel van het proces in beslag. Daar staat tegenover dat, wanneer een idee eenmaal is ontstaan, de realisatie daarna heel snel gaat.

Volgens Robinson is creativiteit, het proces van het ontwikkelen van waardevolle ideeën, de hoogste vorm van intelligent denken en is divergent denken daar een essentieel onderdeel van. In de volgende paragraaf zal ik omschrijven hoe dit in de praktijk tot stand komt.

3.4 Resultaten

Ken Robinson omschrijft innovatie als "the process of putting new ideas into practice" (2011, p3). De geïnterviewden konden alle drie verschillende voorbeelden geven van innovatieve projecten waaraan ze actief hebben gewerkt. In paragraaf 3.2 werd al ingegaan op de betekenis die de projecten hebben voor de activatoren. Maar de projecten die zij samen met anderen organiseren, bereiken meer mensen dan alleen zichzelf. Door anderen te motiveren om met hen te delen, te presenteren en te participeren stimuleren zij mensen om ook te activeren. De gezamenlijke ideeën die op deze manier worden bedacht, opgezet en uitgevoerd hebben daardoor vaak een onverwachte uitkomst en blijken uiteindelijk meer waarde te hebben dan de betrokkenen vooraf hadden kunnen bedenken. In dit hoofdstuk wordt aan de hand van voorbeelden die tijdens de interviews werden gegeven door Saskia, Niek en Jeroen uitgelegd hoe dit in de praktijk in zijn werk kan gaan.

Van participatie naar activatie

Jeroen organiseerde samen met zijn collega's en stagiaires 'Cul de Pookoe', een avond waarbij jonge mensen hun culturele talent presenteerden aan publiek. Muzikanten, bandjes, kunstenaars en andere creatievelingen mochten zich aanmelden om mee te doen. Jeroen noemt een aantal dingen die volgens hem het verschil maakten en voor hemzelf, de deelnemers en het publiek van grote waarde waren. Onder de acts was bijvoorbeeld een rapper, Rik, die enorm enthousiast was over het evenement. Hij bood dan ook direct aan om meer te doen dan alleen optreden. Samen met de stagiaires bedachten Rik en Jeroen een promotie actie op het centrale plein in de stad, waar hij met een speaker al rappend het evenement promootte.

De acts die optraden tijdens Cul de Pookoe hadden nog maar weinig ervaring. Sommige traden zelfs voor de eerste keer op. Ze waren op die avond allemaal al vroeg aanwezig en kwamen met elkaar in contact in de kroeg. Er ontstonden leuke gesprekken, iedereen was geïnteresseerd in wat de ander deed. Toen bleek dat bij een zangeres de mp3 niet werkte, besloot een band haar optreden te ondersteunen met live muziek.

Jeroen merkt dat deze manier van werken een grote aantrekkingskracht op jongeren heeft. De stijl en werkwijze van Verse Pookoe spreekt hen aan en veel mensen willen graag een steentje bijdragen: 'eerst moesten we naar de mensen toe, nu is het andersom en komen ze naar ons'.

Activatie & transform

Saskia's project 'Whodunnit' is een mooi voorbeeld van Leadbeaters "connect unlikely ingredients" (MRCornerhouse, 2009). Hiervoor combineerde ze een rondleiding door de bibliotheek met een idee dat voortkwam uit het kijken naar televisieseries als CSI. Saskia kreeg van de bibliotheek de opdracht iets te doen met een jaarlijkse maatschappelijke stage van een Tilburgse VMBO. Tot nu toe waren die stages erg saai, leerlingen kregen een rondleiding door de bieb, sorteerden wat boeken en voerden een eenvoudig onderzoekje uit. Saskia transformeerde de stage tot een moordspel.

Het idee voor Whodunnit kwam van een collega. Saskia werkte dit plan samen met de stagiaires volledig uit. In plaats van het geven van een rondleiding deed Saskia zich voor als rechercheur. Ze spoorde de VMBO

leerlingen aan om mee te spelen. Na de nodige aarzeling gingen ze volledig op in het spel. Samen bedachten ze de personages van de verdachten en koppelden die vervolgens aan de media die te vinden waren in de bieb: boeken, sites en sociale media. Whodunnit werd een open source matrix voor mediawijsheid; leerlingen kunnen tijdens het spel ‘bewijsmateriaal’ verzamelen en zo gaan ze zelf op zoek naar de mogelijkheden van de bibliotheek zonder door te hebben dat ze aan het leren zijn. Op deze manier gaf Saskia samen met de leerlingen een geheel nieuwe draai aan een bibliotheekbezoek. De leerlingen participeren in dit project op een actieve manier en de inhoud van de communicatie verandert; gesprekken over het vinden van een ‘C-boek’ veranderen in gesprekken over het vinden van de juiste informatie bij de verdachte. Zo wordt de bibliotheek op een geheel andere manier gepresenteerd.

Nadat Saskia het product had opgeleverd en haar eigen activatieproces had afgerond, werden verschillende variaties op haar proces van activatie gestart. Anderen gingen met haar project aan de slag en maakten er hun eigen ding van. Over sommige van deze initiatieven is Saskia erg enthousiast; zo was er een school die samen met de bibliotheek in Huizen een filmpje maakte over het project en bedachten sommige bibliotheken extra opdrachten bij het spel. Wanneer je het idee van Saskia koppelt aan het schema van Leadbeater uit hoofdstuk 1, kan het worden geplaatst onder ‘transform’ (zie figuur 3)

	Formeel	Informeel
Behoudend	1. Verbeter <i>‘Whodunnit’ Cubiss</i>	2. Combineer
Radicaal	3. Heroverweeg	4. Transformeer <i>‘Whodunnit’ Saskia</i>

Figuur 3: schema Leadbeater (2010) toegepast op voorbeeld ‘Whodunnit’.

Het spel breekt met de formele, gangbare structuur van de bibliotheek en is radicaal omdat het open van aard is en continu door leerlingen, docenten en bibliotheekmedewerkers kan worden aangepast. Het spel heeft tegenwoordig echter zijn ‘transform’ waarde verloren. Cubiss, een provinciale organisatie die bibliotheken en andere maatschappelijke organisaties ondersteunt, kocht het spel aan en maakte er een traditioneel, commercieel product van. Hoewel Saskia blij was met de verkoop, geeft ze in het gesprek aan dat ze het erg jammer vond dat hierdoor het oorspronkelijke open source karakter verloren ging. Zo werden de kaartjes met de opdrachten eenmalig gedrukt, met als gevolg dat de informatie die erop staat statisch en in sommige gevallen inmiddels niet meer actueel is. Gekoppeld aan het schema van Leadbeater

is Saskia's teleurstelling te verklaren. Cubiss maakte van een informeel radicaal idee een behoudend, formeel product.

Activatie gaat door

Dat het ook anders kan lopen, blijkt uit het voorbeeld van Niek. In 2011 vroeg Incubate Niek om 'iets' te komen doen tijdens het festival; een hele open vraag. Niek besloot een estafette tentoonstelling te organiseren. Door middel van een open call riep hij kunstenaars op om mee te doen. Uit de 200 reacties die hij hierop kreeg, selecteerde hij per dag 5 kunstenaars (in totaal 30). Zij werkten allemaal mee in ruil voor een festivalticket en een reiskostenvergoeding.

Tijdens het festival opende Niek 's ochtends de tentoonstellingsruimte, waarna presentatie en communicatie elkaar afwisselden. De kunstenaars kwamen binnen met hun werk en onder het genot van een kop koffie (informeel) bekeken de kunstenaars elkaars kunstwerken en werd er gediscussieerd over de opzet van de tentoonstelling. Uiterlijk om 18:00 moest de tentoonstelling af zijn. Veel bezoekers kwamen kijken naar deze presentatie en rond 20:00 was er iedere dag een open debat, waarbij de kunstenaars in gesprek gingen met elkaar en met het publiek. Hier werd onder andere doorgenomen wat er die dag allemaal was gebeurd. Alle facetten van het proces van activatie werden in dit project doorlopen. De onderlinge uitwisseling was volgens Niek de grootste meerwaarde van het project. Hij merkte op dat er onderling helemaal geen ruzie is ontstaan, iets wat voor deze doelgroep best uniek is. Volgens hem kwam dat door het enthousiasme van de kunstenaars en doordat iedereen vrijwillig meedeed. Als gevolg hiervan ging na het festival het proces van activatie verder; later zijn er nieuwe tentoonstellingen ontstaan waarbij kunstenaars die elkaar hier hadden ontmoet weer opnieuw samenwerkten; een mooi voorbeeld van hoe het proces van activatie kan verlopen en kan resulteren in nieuwe activatieprocessen.

In het volgende hoofdstuk zal ik uitleggen wat een organisatie kan doen om mensen te inspireren tot het bedenken, opzetten en uitvoeren van dit soort projecten. Projecten waarin de overstap van participatie naar activatie wordt gemaakt, en het proces van activatie wordt doorlopen met daarin ruimte voor transformatie en innovatie. Projecten waarbij de kans groot is dat ze na afronding verder gaan, al dan niet op een manier die vooraf niet te voorspellen was.



“People are only transformed if they are engaged, and you can only engage them if you look into their eyes and see how they work and how they think and how they are involved in this work”.

Ken Robinson tijdens een toespraak over zijn boek *The Element* (theRSAorg, 2010)

Hoofdstuk 4: Jouw rol als organisatie

In de afgelopen drie hoofdstukken heb ik uitgelegd wat activatie inhoudt, welke factoren daarbij van belang zijn en hoe het in de praktijk kan ontstaan. In dit hoofdstuk verandert het perspectief en zal ik activatie bekijken vanuit de organisatorische kant. Hoe kan een organisatie als Incubate mensen inspireren om te activeren? Daarvoor zul je zelf met beide benen in het proces van activatie moeten stappen.

4.1 Persoonlijke communicatie

Het proces van activatie is dynamisch en onvoorspelbaar. Ieder proces is anders, omdat het afhangt van de motivatie en de externe input van de mensen met wie wordt gecommuniceerd, gepresenteerd, geparticipeerd en geactiveerd. Wat in de praktijk het beste werkt, is met alleen theorie niet te voorspellen. Dit hoofdstuk biedt daarom geen kant en klare 'to do list', maar geeft een aanzet tot het nadenken over de rol van een organisatie in een proces dat onvoorspelbaar verloopt en een onverwachte uitkomst heeft.

Activatie vindt plaats tussen mensen. Mensen met hun eigen emoties, meningen en ervaringen. Het is daarom belangrijk om te communiceren op persoonlijk niveau. Communicatie vanuit een organisatie schept afstand. Wanneer je een mail ontvangt waarin een organisatie om jouw hulp vraagt met de boodschap 'de organisatie vindt het belangrijk dat derden meedenken over de problematiek', dan is de kans groot dat je niet meteen op 'reply' klikt. De boodschap is onpersoonlijk, je voelt je niet direct aangesproken en de organisatie lijkt hun problemen door anderen te willen laten oplossen. Ontvang je een mail ondertekend met een voornaam en de boodschap 'ik zou het heel fijn vinden als je met mij na wilt denken over dit probleem', dan is de kans groter dat je snel reageert. Niet alleen is de boodschap informeler van aard, je krijgt de kans om iemand een plezier te doen en de afzender wil met jou samenwerken om tot een oplossing te komen. Wanneer in de mail ook wordt uitgelegd waarom juist jij de ideale persoon bent om mee te denken is die kans op een snelle reactie nog groter en wanneer je de persoon die de mail heeft gestuurd goed kent reageer je waarschijnlijk meteen.

Zo ook bij activatie. Het is belangrijk om de mensen met wie je samen wilt werken te leren kennen en persoonlijk aan te spreken, op een informele manier. Daarom heb ik besloten dit hoofdstuk op een informele manier te schrijven. Wanneer ik me richt tot de lezer, of dat nu gaat om Incubate, een andere organisatie of iemand die zelf graag iets met activatie wil doen, dan richt ik me tot 'jou'. Wanneer jij iets wilt doen met activatie is het niet alleen van belang om na te denken over betekenis, creativiteit en eigenaarschap, maar het is ook belangrijk te onthouden dat het heel erg leuk is om met anderen te delen wat jij 'tof' vindt.

4.2 Betekenis: deel het *waarom*

De basis voor activatie is intrinsieke motivatie. Wanneer je het proces van activatie in wilt stappen is het dus niet alleen van belang dat je weet wat je wilt en hoe je dat wilt doen, maar ook dat je weet *waarom* je dat wilt doen.

Etnograaf en auteur Simon Sinek adviseert mensen en organisaties over de hele wereld dat te doen wat hen inspireert (Sinek, 2012). In een veelbekeken TED Talk, getiteld "How great leaders inspire action" gaat hij in op het belang van de 'waarom' vraag. Hij constateert dat iedere organisatie weet wat ze doen, dat sommige organisaties weten hoe ze dat doen, maar dat maar heel weinig organisaties weten waarom ze doen wat ze doen (Sinek, 2009):

Very, very few people or organizations know why they do what they do. And by "why" I don't mean "to make a profit." That's a result. . . . By "why," I mean: What's your purpose? What's your cause? What's your belief? Why does your organization exist? Why do you get out of bed in the morning? And why should anyone care?

Bij activatie draait het niet om het verkopen van een product, het maken van winst of het bereiken van een zo groot mogelijk aantal deelnemers. Het gaat om mensen die geloven waar jij in gelooft, die samen met jou hetzelfde doel willen na streven en zich aan jouw 'grote verhaal' willen verbinden. Wanneer je werkt met mensen die geloven in wat jij gelooft, zullen ze volgens Sinek bereid zijn zichzelf actief in te zetten: "they'll work for you with blood and sweat and tears" (Sinek, 2009).

Op basis hiervan zou je de doelstellingen van jouw organisatie vanuit een ander perspectief kunnen gaan bekijken. Waarom is het belangrijk dat jouw organisatie bestaat? Waarom is de wereld leuker, mooier of beter met jouw organisatie? Omdat persoonlijke communicatie belangrijk is, is het ook interessant om bij jezelf na te gaan hoe de big story van jouw organisatie aansluit op jouw eigen intrinsieke motivatie: waarom ben je trots om voor deze organisatie te mogen werken? Wat maakt je werk zo leuk? Wat is je eigen intrinsieke motivatie? Die motivatie is de basis voor je eigen 'big story', een verhaal vanuit een passie, waar mensen enthousiast van worden en waar ze zichzelf aan willen verbinden.

Sinek gebruikt in zijn TED talk een voorbeeld van Martin Luther King 's beroemde toespraak. Het succes hiervan is volgens hem onder andere te verklaren doordat dr. King de "I have a dream speech" gaf, en niet de "I have a plan speech". Een 'big story' werkt vooral inspirerend. En wanneer je de 'waarom' vraag helder hebt is de volgende zet niet het stap voor stap uitdenken hoe je dat doel wilt gaan behalen. Het begint met het vinden van gelijkgestemden. Maar waar vind je de mensen die hetzelfde doel nastreven als jij? Iedere willekeurige voorbijganger lukraak vragen naar zijn intrinsieke motivatie is immers geen optie. Wellicht is het daarom beter om de vraag om te draaien: hoe vinden deze mensen jou? Of beter geformuleerd, hoe vinden jullie elkaar?

Dat kan door te delen in het proces van activatie. Door te communiceren, te presenteren en te participeren op allerlei manieren en daarbij te laten merken dat je openstaat voor samenwerking. In de praktijk komt dat vaak neer op bezig zijn met dingen die je leuk en belangrijk vindt om te doen en daarover te praten met anderen. Dat kan op verschillende manieren, maar persoonlijke communicatie vormt ook hier de basis. Deel je passie met mensen uit je netwerk. Volgens Leadbeater (2010) en Johnson (2010) ontstaan de beste en meest creatieve ideeën in informele situaties. Het proces van activatie vindt daarom lang niet altijd plaats binnen kantooruren of kantoorwanden. Ook informele netwerken zijn dus van belang. Iedereen kent weer andere mensen en als jouw idee voor hen inspirerend genoeg is dan zullen ze niet alleen zelf proberen te helpen, maar delen ze jouw verhaal ook binnen hun eigen netwerk of brengen ze je in contact met mensen die een vergelijkbare drive hebben. En wanneer je op zoek bent naar nieuwe, grensverleggende, innoverende ideeën is de kans wellicht groter dat je die bij hen zult vinden dan binnen je bestaande kring; het zijn immers vaak juist vage kennissen die toegang hebben tot voor jou waardevolle mensen, ideeën, kansen en plekken (Roemen & Koerts, 2011). Zij komen op ideeën die je zelf, met de

mensen binnen je eigen bestaande netwerk, niet zult bedenken of bereiken doelgroepen die je zelf niet snel zult bereiken. Daar is wel een flinke dosis creativiteit voor nodig.

4.3 Creativiteit: samen op zoek naar het onbekende

Om te kunnen innoveren is creativiteit nodig. Zowel Leadbeater (2009b) als Robinson (2010a) constateert dat creativiteit in groepsverbanden versterkt wordt. Dit zijn bij voorkeur groepen waarin mensen met verschillende visies en vaardigheden samenkomen. Uiteraard is creativiteit niet af te dwingen, maar je kunt wel mensen uit verschillende hoeken van de culturele sector kennis laten maken met elkaar. De manier waarop je dat kunt doen hangt af van de mensen met wie je werkt. Soms is het voldoende om mensen aan elkaar voor te stellen. Mensen die makkelijk over hun intrinsieke motivatie praten vinden het misschien leuk om met anderen in discussie te gaan over een bepaald thema. Sommige kunstenaars uiten hun passie vaak beter in hun werk dan in hun woorden. Voor hen werkt het wellicht beter om mensen uit te nodigen voor een expositie of een andere presentatie van hun werk. Mensen die hun motivatie vooral uiten in daden zijn misschien zeer geïnteresseerd om te participeren in een project van iemand anders. Wat mensen ook kan inspireren is het maken van onverwachte verbindingen, wat Leadbeater “connect unlikely ingredients” noemt (MCRCornerhouse, 2009). Plaats dat wat ze doen eens in een totaal andere context, bijvoorbeeld door de ruimte te veranderen of door een idee te laten uitvoeren door een totaal andere doelgroep, bijvoorbeeld schoolkinderen.

Het werkt in ieder geval niet om mensen onder druk te zetten. Het belangrijkste is dat ze zelf nieuwsgierig zijn en graag kennis willen maken met nieuwe mensen en nieuwe dingen, en het doen voor hun plezier. Volgens Leadbeater (2010) en Johnson (2010) ontstaan de beste en meest creatieve ideeën dan ook in informele situaties. Dit betekent dat het proces van activatie niet alleen plaatsvindt binnen kantooruren of kantoormuren maar vaak ook daarbuiten. Plaatsen waar mensen graag naartoe gaan in hun vrije tijd en waar ze niet het gevoel hebben te moeten presteren. Juist in informele situaties, waarin de sfeer goed is en waar mensen alles wat ze bedenken - hoe vreemd ook- kunnen zeggen zonder zich druk te hoeven maken over de gevolgen, kan optimaal divergent worden gedacht.

Wanneer er uit deze verbindingen goede ideeën ontstaan, kun je vervolgens als organisatie na gaan denken over manieren om dat idee tot uitvoering te brengen. Het is erg verleidelijk om te zeggen dat iets niet kan, bijvoorbeeld omdat je als organisatie niet direct de middelen voor handen hebt om het idee uit te werken. Denk daarom samen na over de uitwerking. Wat is er concreet nodig om dit echt te gaan doen? Wie beschikt over de middelen en hoe leggen we daarmee contact? Het is daarbij belangrijk om te denken in mogelijkheden en niet in beperkingen. Het doel is immers innoveren, iets creëren wat er nog niet is. Om dat te kunnen bereiken is het van belang om open te staan voor radicale ideeën, die breken met dat wat je gewend bent. Daarvoor zul je de manieren waarop je normaal gesproken projecten realiseert wellicht los moeten laten om op zoek te kunnen gaan naar geheel nieuwe manieren om je doelstelling te behalen. Op die manier creëer je samen uitdagende, interessante nieuwe projecten.

4.4 Eigenaarschap: 'ons' proces

Wanneer je als organisatie een project gedaan wilt krijgen voelt het vaak als vanzelfsprekend dat je jezelf leidend opstelt. Het probleem daarbij is dat wanneer jij als leider wegvalt, het project ook eindigt. Activatie heeft juist als doel dat deelnemers projecten –al dan niet in een andere vorm- zelf voortzetten. Overweeg daarom jouw rol in het proces. Wanneer je jezelf gedurende het proces niet leidend, maar bijvoorbeeld inspirerend en/of faciliterend opstelt, zullen anderen wellicht makkelijker eigenaar worden van het project.

Dat begint met gelijkheid. Dit ontstaat wanneer de mensen met wie je werkt even belangrijk in het proces zijn als jij en evenveel inspraak hebben op het proces, de inhoud en de uitkomst. Alleen wanneer er gelijkheid is kun je alle deelnemende partijen de kans bieden om op basis van hun eigen creativiteit het proces te doorbreken en er 'hun eigen ding' van te maken. Zo worden ze (mede) eigenaar van het proces en wordt het iets van henzelf, waar ze trots op kunnen zijn.

Daarmee leg je ook een deel van de verantwoordelijkheid bij hen, wat automatisch betekent dat je zelf minder controle krijgt over het project. Dit is voor velen gemakkelijker gezegd dan gedaan maar wel essentieel wanneer het gaat om gelijkheid. Je rol als organisatie zal hierdoor misschien veranderen, maar valt zeker niet weg. Welke rol dat precies zal zijn zal de praktijk uitwijzen, dus ook hier is persoonlijke communicatie van belang. Wanneer anderen activeren kan het bijvoorbeeld zijn dat je participant wordt in

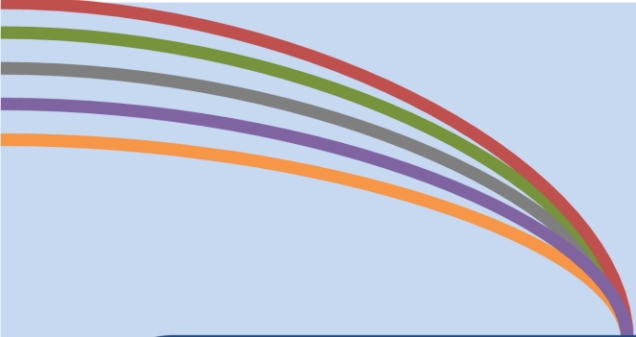
hun project. Zij kunnen zelf aangeven waar op dat moment behoefte aan is. Willen ze alle vrijheid? Willen ze een sparringpartner? Hebben ze behoefte aan input van anderen? Of hebben ze juist behoefte aan hulp op praktisch vlak, zoals het regelen van een locatie of materialen?

Waar ze in ieder geval behoefte aan zullen hebben, is erkenning. Waardering voor hun inzet. Dat kan natuurlijk in de vorm van een compliment, maar dat is niet genoeg. Erkenning kun je ook tonen in de vorm van betrokkenheid en interesse. Door er te zijn op momenten, dat het nodig is. Door te laten zien dat het project ook voor jou heel waardevol is, op welke manier dan ook. Door hen uit te nodigen voor bijeenkomsten waar ze anders niet gemakkelijk binnen zouden komen. Door hen voor te stellen aan mensen die hen verder kunnen helpen, ook op vlakken die buiten het project liggen. Door te delen in werkdruk, en eventuele risico's. Maar vooral ook door te delen in het plezier.

4.5 Het plezier van informeel leren

Het proces van activatie kent geen garanties. Een goede big story leidt niet per definitie tot activatie en activatie leidt niet per definitie tot innovatie. Maar ook zonder die resultaten is het proces van activatie een leuk, leerzaam en inspirerend proces dat zin en energie geeft. Je bent immers bezig met het communiceren over, en presenteren en delen van je passie, je eigen manier om de wereld leuker, mooier of beter te maken. Daarbij leer je mensen kennen die dezelfde drive hebben als jij, die je inspireren en zo je eigen motivatie versterken.

Dit levert allerlei mooie informele leerervaringen op. Je ontdekt bijvoorbeeld nieuwe interesses en leert meer over vormen van kunst en cultuur waar je voorheen niet bekend mee was. Je werkt samen met inspirerende mensen die misschien dat ene idee dat je al bijna was vergeten nieuw leven inblazen. Of je scherpt door met anderen te praten en allerlei presentaties te bekijken eigen visies aan. Je krijgt kansen om nieuwe vaardigheden aan te leren of bestaande vaardigheden te trainen. Misschien krijgen dingen die voorheen onbelangrijk of vanzelfsprekend waren gedurende het proces meer betekenis wanneer je ze in een andere context ziet. Door dat te delen wat je leuk en belangrijk vindt, worden deuren die voorheen gesloten waren, of deuren waarvan je niet eens wist dat ze bestonden, geopend. Dat is de kracht van activatie, en de sleutel tot innovatie.



“How many uses can you think of for a paper clip?”

. . . Most people might come up with 10 or 15. People who are good at this [divergent thinking] might come up with 200. And they do that by saying, well, could the paper clip be 200 foot tall and be made out of foam rubber?. . .

Does it have to be a paper clip as we know it, Jim?”

Ken Robinson over divergent denken, een essentieel onderdeel van creativiteit
(Robinson, 2010b)

Conclusie

www.enwenoemenhetactivatie.weebly.com



“We are educating people out of their creativity”

Ken Robinson op de website van TED (TED, z.j.)

“Jij bent echt een 1.0 denker. Dat is niet erg, hoor!”

Scriptiebegeleider Hans van Driel over mij tijdens een van onze gesprekken



“Met je gekke paperclips”

Twitterbericht van @IncubateLift, een account dat berichten twittert over “dingen die gehoord zijn in de Incubate lift die niet in de Incubate lift blijven” (17 juli 2012)

Discussie

Het schrijven van een scriptie is een proces van activatie. In deze discussie kijk ik daarom terug op mijn eigen proces. Ik begin heel persoonlijk door de keuzes en de fouten die ik heb gemaakt tijdens het schrijven van deze scriptie te analyseren en na te gaan welke invloed deze hadden op mijn schrijfproces. Vervolgens leg ik uit hoe dit proces resulteerde in het maken van de conclusie, waarbij ik stap voor stap uitleg hoe die tot stand gekomen is. Daarna ga ik in op een aantal ideeën die ik niet heb kunnen uitwerken en geef ik suggesties voor toekomstig onderzoek op dit gebied. Ik sluit deze scriptie af met een open uitnodiging aan de lezer.

Persoonlijke reflectie

Dit onderzoek is niet af. Het zal ook nooit af zijn. Het krijgt pas echt vorm wanneer het wordt toegepast in de praktijk. Wanneer mensen het gaan lezen, erover gaan praten en (elementen uit) deze theorie gaan gebruiken om toe te passen in hun eigen proces van activatie. Ik hoop dan ook dat het onderzoek door anderen zal worden aangevuld met ervaringen uit de praktijk. Wanneer mensen hun persoonlijke bevindingen delen, kan daarvan worden geleerd en op basis daarvan kunnen de bevindingen uit dit onderzoek worden aangescherpt, aangepast of verbeterd.

In mijn eentje kan ik dat niet doen, maar ik kan wel een start maken. Tijdens het schrijven van deze scriptie heb ik mijn eigen proces van activatie doorlopen. Hieronder zal ik mijn bevindingen delen; een persoonlijke analyse over mijn eigen intrinsieke motivatie, de manier waarop ik heb samengewerkt met anderen, de fouten die ik heb gemaakt en de obstakels die ik moest overwinnen.

Betekenis & intrinsieke motivatie: waarom ik koos voor Incubate

Ik wilde graag binnen een organisatie afstuderen. Ik had daar verschillende redenen voor. Ten eerste vond ik het belangrijk dat ik een scriptie kon schrijven waar ook daadwerkelijk iets mee gedaan zou worden. Veel scripties worden na het afstuderen nooit meer gelezen en dat vind ik zonde. Ten tweede had ik behoefte aan een netwerk in de kunst en cultuursector, omdat ik wist dat ik daar bij het vinden van een baan meer aan zou hebben dan aan een diploma alleen. Maar de belangrijkste reden was dat ik meer wilde leren. Ik wist dat ik – wanneer ik zou afstuderen zonder organisatie – vooral door zou leren op de manier die ik nu al kende. Door af te studeren bij een organisatie kon ik de kans aanpakken om binnen mijn studie kennis te maken met de praktijkkant van het culturele veld, en echt iets nieuws doen. Ik deelde mijn ambities met een vriendin, Marlies. Zij vertelde me over Incubate, een festival dat binnenkort de hele stad vol zou zetten met beschilderde piano's. Dat idee vond ik geweldig en ik werd erg benieuwd naar deze organisatie.

Ik besloot me op te geven als vrijwilliger, omdat ik van mening ben dat je op die manier een festival het beste kunt leren kennen. Mijn kennismaking met Incubate begon dus met participatie. Ik werkte onder andere mee aan educatieprojecten en kreeg in ruil daarvoor een passe-partout, waarmee ik de rest van het festival gratis kon gaan bekijken. Ik bezocht de opening van de open source expo en bekeek een aantal bandjes. Maar wat de meeste indruk maakte, was de manier waarop iedereen die ik ontmoette over het festival sprak. Ze vertelden me wat ik had gemist, wat ik moest gaan zien en hoe gaaf dat allemaal wel niet was. Na afloop van het festival had ik het gevoel dat ik nog maar een heel klein stukje had gezien van wat deze organisatie allemaal te bieden had. De nieuwsgierigheid was er nog steeds en hoewel ik nog niet precies kon uitleggen waar Incubate voor stond, was ik wel erg enthousiast over alles wat ik had meegemaakt. Dat is de belangrijkste reden geweest dat ik met Incubate in gesprek ging over mijn afstudeeronderzoek.

Marlies had inmiddels wat contacten gelegd en kort na het festival had ik een gesprek met Joost en Vincent op het kantoor van Incubate. Tijdens het gesprek vertelden ze mij hun 'big story': ze wilden graag een onderzoek naar participatie omdat ze nieuwe manieren zochten om mensen actief te betrekken bij hun festival om zo het festival leuker te maken. Ze wilden daarbij kunstenaars, artiesten, festivalbezoekers en Tilburgers kennis laten maken met elkaar, laten samenwerken en van elkaar laten leren. Het zou ook erg 'tof' zijn wanneer de mensen daar na het festival zelf mee door zouden gaan. Dit 'grote verhaal' sprak mij enorm aan en is ook een van de belangrijkste redenen geweest om te kiezen voor Incubate.

Eigenaarschap: hoe ik eigenaar werd van mijn eigen project

Het heeft heel lang geduurd voordat ik mezelf eigenaar voelde van dit onderzoek. Dat had verschillende redenen.

Ik was diep onder de indruk van de ideeën en werkwijze van Incubate. In tegenstelling tot wat ik tot dan toe gewend was, trokken zij zich weinig aan van bestaande structuren en denkbeelden en bedachten ze iedere dag weer nieuwe manieren om dat wat ze belangrijk vonden in de praktijk te brengen. Ik was enorm gemotiveerd om daar zoveel mogelijk van te leren en er met mijn scriptie een mooie bijdrage aan te leveren. Ik besloot alles wat ik tot dan toe had geleerd aan de kant te zetten en waar ik kon, mee te gaan in deze nieuwe manier van denken. Iedereen die er werkte, had eenzelfde drive en een vergelijkbare kijk op de culturele wereld en die wilde ik zo snel mogelijk overnemen. Dat bleek een stuk moeilijker dan gedacht.

Over de eerste onderzoeksvoorstellen die ik indiende was ik zelf erg tevreden. Joost en Vincent hadden echter op allerlei onderdelen kritiek. Kritiek waar ik het eigenlijk wel mee eens was. De gesprekken die we voerden over deze eerste teksten waren inspirerend en motiverend, maar ook erg verwarrend. Ik kon er maar geen vat op krijgen wat ze precies van mij verwachtten en wrong mezelf in allerlei bochten om aan hun hoge verwachtingen te voldoen. Het heeft maanden geduurd voordat ik erachter kwam dat ik daarmee een grote denkfout maakte. Dat maakte het voor mij –als onderzoeker- een ongemakkelijke tijd. Ik ervoer het als erg frustrerend dat ik als enige binnen de organisatie niet mee leek te kunnen gaan in hun snelle manier van denken. Ik had het gevoel dat ik aan het falen was en voelde me daardoor dom en incapabel. In plaats van hierover te praten werd ik steeds stiller en trok ik me terug, wat achteraf geen goede beslissing is geweest.

Het was vriendin Dahlia die me wees op mijn fout. Tijdens een etentje vertelde ik haar over mijn frustraties. Ze herhaalde mijn zinnen en concludeerde dat ik in iedere zin praatte over wat ‘hun’ wilden en wat ‘zij’ dachten. Ik was in al mijn enthousiasme mijzelf, mijn eigen kijk en mijn eigen visie totaal verloren. Ik was geen eigenaar van mijn eigen project.

Ik ging nadenken over de oorzaak van dit probleem en constateerde dat het te maken had met een tempoverschil. Incubate werkt van deadline naar deadline om zo binnen een jaar een festival te kunnen realiseren. Ook werden sites en social media up to date gehouden. Wat vandaag nieuw is, is vaak morgen

niet meer relevant. Iedereen was continu bezig met het volgende. Dit verklaarde waarom de andere stagiaires, die uitvoerend werk deden op de marketingafdeling, niet aanliepen tegen mijn probleem. Onderzoeken is een veel trager proces. In plaats van iets te realiseren, af te sluiten en door te gaan naar het volgende ben je lange tijd bezig met hetzelfde idee. Je verdiept je in theorieën, bekijkt die van verschillende standpunten et cetera, iets wat veel tijd kost. Dit verklaarde ook waarom Joost en Vincent mij steeds een aantal stappen voor waren en waarom ik dat tempo onmogelijk bij kon houden.

Nadat ik dit beseft had, ging het beter. Ik besprak het tempoverschil met Vincent en hij gaf aan dat ik gewoon mijn 'eigen ding' kon gaan doen. Tegelijkertijd begon ik langzaam erkenning te krijgen vanuit verschillende hoeken. Onderdelen van de teksten die ik had geschreven werden gebruikt voor het beleidsplan en de artistieke visie, en mijn hulp werd gevraagd bij het aanvragen van subsidies. Dit versterkte mijn zelfvertrouwen.

Door dit alles ontdekte ik dat het goed is om met anderen te delen waar je tegenaan loopt met je onderzoek. Ik ging minder tijd doorbrengen op het kantoor van Incubate en meer tijd in de bibliotheek van de Universiteit, waar ik mijn scriptie besprak met studiegenoten. We deelden niet alleen de problemen waar we tegenaan liepen, maar ook onze euforie wanneer we kleine doorbraken vonden in onze onderzoeken. Zij bevonden zich in dezelfde situatie als ik en mijn eenzaamheid verdween.

Ondertussen pakte ik bij Incubate andere activiteiten op. Via vriendin Kim kwam ik in contact met Saskia en Marlies, twee medewerkers van de bibliotheek. Met z'n vieren besloten we om in het kader van Inside Out, een groot internationaal kunstproject dat een plek krijgt op het Incubate festival in 2012, een eigen activatie project op te zetten. We maakten een website voor het onderwijs om zoveel mogelijk leerlingen in Tilburg te betrekken bij dit project. Onverwacht droeg dit heel veel bij aan mijn scriptie. Marlies bleek geïnteresseerd in mijn onderzoek en bood aan het te willen lezen. Ik stuurde haar de eerste twee hoofdstukken en kort daarna ontving ik een uitgebreide en vooral enthousiaste mail vol met tips en opmerkingen. De andere biebmedewerker, Saskia, interviewde ik voor mijn derde hoofdstuk.

Creativiteit

Ik begon deze scriptie met een voorwoord waarin ik de verschillen uitleg tussen de wereld van de universiteit en de wereld van Incubate. Op de universiteit word je getraind om resultaatgericht te werken. De manier waarop kennis wordt verzameld is lineair en waar mogelijk gestandaardiseerd. In je onderzoeksvoorstel presenteer je een hypothese en een plan, dat je vervolgens stap voor stap uitwerkt. Deze scriptie verkent een gebied dat haaks staat op de gestandaardiseerde manier van denken en is juist gericht op het doorbreken van vaststaande structuren. Het gaat over een creatief proces, dat al doende ontstaat. Ik stond voor de opdracht een non-academische theorie op een academische manier te beschrijven en deze 'unlikely ingredients' met elkaar te combineren.

Om deze opdracht te kunnen uitvoeren werd mijn eigen creativiteit regelmatig op de proef gesteld; steeds weer moest ik nieuwe verbanden leggen en diverse ingrediënten op een nieuwe manier combineren. Dit was een erg leuk, leerzaam, maar ook ingewikkeld en tijdrovend proces, waarbij ik meerdere keren mezelf tegenkwam.

Zo lang als ik me kan herinneren denk ik in schema's. Ik ben er altijd goed in geweest om in een schema een ingewikkelde theorie op een eenvoudige manier uiteen te zetten en gebruik deze schema's om complexe processen te kunnen begrijpen. Dit proces bleek echter ingewikkelder dan ik dacht en niet in een schema te vatten. Daarnaast liep ik er bij het schrijven van ieder hoofdstuk keer op keer tegenaan dat ik gewend was om vanuit een lineaire, top down benadering te denken. Hierdoor liep ik vaak vast in mijn schrijfproces.

De oplossing vond ik door te kijken naar anderen. Door voorbeelden te gebruiken van projecten waar ik zelf actief bij betrokken was geweest, zoals het voorbeeld van de danser tijdens *after school avant garde*. Door wat zij deden nauwkeurig te analyseren creëerde ik praktische handvaten om de ingewikkelde theorie rondom activatie uit te leggen en eigen te maken. Vanuit die basis kon ik een koppeling maken met de theorieën van Leadbeater, Robinson, Shirky en anderen.

Een van de belangrijkste lessen die ik tijdens dit onderzoek heb geleerd is dan ook dat je een scriptie misschien wel alleen schrijft, maar niet tot een goede basis kunt komen zonder de hulp van anderen. Inspiratie komt uit allerlei hoeken vanuit allerlei verschillende mensen. Natuurlijk zijn er de mensen die actief meedenken over de inhoud, zoals begeleiders, studiegenoten, geïnteresseerde vrienden en de

mensen die ik heb mogen interviewen. Zij wijzen je op de fouten die je zelf niet ziet en kwamen met tips, opmerkingen, ideeën en verbanden die ik alleen niet had kunnen vinden. Zij hebben dan ook allemaal een zeer belangrijke rol gespeeld bij de totstandkoming van de theorie rondom activatie.

Maar daarnaast zijn er allerlei mensen die - zonder zich daar bewust van te zijn - een sterke invloed hebben gehad op mijn proces, vooral op informele momenten. Goede voorbeelden daarvan waren de lunches bij Incubate. Ieder dag wordt er samen met iedereen gegeten. Tijdens die lunches regent het krankzinnige ideeën, waar vooral hard om wordt gelachen. Iemand maakt een grap, een ander verbetert de grap en vervolgens bedenkt iedereen aan tafel daar variaties op. Erg gezellig en vaak zeer hilarisch natuurlijk, maar ik had ook sterk het gevoel dat ik hiermee 'iets moest doen' in mijn scriptie. Toen ik informatie vond over divergent denken vielen deze puzzelstukjes al snel op hun plek; dit spontane, creatieve groepsproces kreeg een belangrijke plek in het proces van activatie.

Ik vind het daarom erg belangrijk om al deze mensen op een prominente plaats in mijn scriptie te vermelden. De gangbare plaats hiervoor is het voorwoord, maar dat vond ik niet prominent genoeg. Zonder de actieve, maar ook passieve hulp van al deze mensen had mijn scriptie er totaal anders uitgezien en daarom is de titel van deze scriptie 'en we noemen het activatie' en niet 'en ik noem het activatie'. Dit onderzoek is een product van samenwerking en daarom staan ze allemaal met naam vermeld op pagina 2, in een voetnoot bij mijn eigen naam. Mijn scriptie is in mijn ogen evengoed van hen als van mij. Het waren hun reacties die ervoor zorgden dat het schrijven van de scriptie en het proces dat daaraan vooraf ging geen moment saai is geweest en mede dankzij hen heb ik dit onderzoek met heel veel plezier uitgevoerd en op een informele manier veel geleerd. Ik deed tijdens mijn onderzoeksproces op informele wijze namelijk allerlei leuke, nieuwe, onverwachte ervaringen op. Ik ontdekte allerlei nieuwe muziekstijlen die ik daarvoor nog nooit had gehoord en dat meelopen in een polonaise een stuk gezelliger is dan ik had verwacht. Ik werkte samen met inspirerende mensen en vond het erg leuk dat onderdelen uit mijn vorige scriptie, waar ik eigenlijk al helemaal niet meer mee bezig was, werden gelezen en gebruikt. Ik kreeg de kans om mee te denken over beleidsplannen, en leerde schrijven op een academische doch toegankelijke manier. Ik leerde dat werkwijzen die vanzelfsprekend zijn niet per se ook de beste werkwijzen zijn en dat het mogelijk is om die te veranderen. En door interessante gesprekken met allerlei mensen ben ik anders gaan kijken naar kunst, cultuur en participatie.

Het proces van activatie: 'the making of' de conclusie

Het meest creatieve onderdeel van mijn scriptie werd uiteindelijk de conclusie. Activeren is doen. Het is een proces dat vorm krijgt in de praktijk. De theorie van deze scriptie vraagt dan ook om een praktische uitwerking. Het is om die reden dat een standaard academische, theoretische conclusie niet de juiste vorm was om deze scriptie te bezegelen.

Daarom ben ik op zoek gegaan naar een andere vorm. Een vorm waarbij alle vier stappen uit het proces van activatie worden doorlopen en waarbinnen er ruimte is voor creativiteit en divergent denken. Ik wist dat ik dat niet alleen zou kunnen doen en dat ik anderen mede eigenaar zou moeten maken van mijn idee.

Daarnaast is activatie oneindig. De conclusie moest dus niet alleen de kern van mijn theorie weergeven, maar ook aanzetten tot discussie. Een presentatie van de theorie op een manier die voor een breed publiek interessant is, uitnodigt tot delen en uitnodigt tot het lezen van de scriptie.

Het product: een conclusie in 4 lagen van betekenis

De conclusie vertelt de 'big story' van dit onderzoek in vier verschillende lagen:

1. Wat is activatie? - film

De eerste laag is de film, die kan worden bekeken met of zonder audio commentaar. Deze is geplaatst op Youtube, van waaruit het makkelijk te delen is.

De film begint met een citaat van Ken Robinson. Dit citaat geeft aan waar de inspiratie voor het filmpje vandaan kwam en zorgt er tegelijkertijd voor dat de overgang tussen de twee media, van een geschreven scriptie - waarbij ieder hoofdstuk wordt geopend met een citaat- naar film natuurlijk verloopt. Wat volgt is een verkorte versie van de openingsvraag. De onderzoeksvraag is in het Engels geformuleerd en in de animatie wordt kort de nadruk gelegd op de letter 'I' van 'Incubate', waarmee de kijker wordt uitgenodigd dat wat hij ziet niet alleen te betrekken op een organisatie, als Incubate, maar ook op zichzelf.

In de rest van de film zijn voornamelijk handen en paperclips te zien. Deze leggen beeldend uit wat het verschil is tussen participatie en activatie. Eerst wordt het woord 'participation' gevormd in een proces waarbij een leider (met blauwe nagellak) het gehele proces stap voor stap regisseert. Vervolgens wordt het eindresultaat symbolisch 'geopend' met het doorknippen van een lint, slingers en applaus, waarna het participatieproject van tafel geveegd wordt. Vervolgens wordt het woord 'activation' gevormd. Dit gebeurt eveneens met handen en paperclips, maar in dit geval is er geen aanwijsbare leider en werken alle handen actief samen waardoor de letters speelser en creatiever worden vormgegeven. Na een feestelijke opening gaat het proces van activatie door, de paperclips worden verplaatst en er wordt door alle handen een nieuw beeld gecreëerd. Tijdens de aftiteling verschijnen de mensen in beeld die de film hebben gemaakt, wat laat zien dat de mensen met wie je werkt bij activatie centraal staan. De film heeft evenals activatie een open einde.

2. Hoe komt activatie tot stand ? – voice over

De tweede laag is de voice over. Hierin licht ik toe wat de kijker ziet en koppel ik dat aan de theorie uit mijn scriptie. De voice over geeft meer informatie dan het beeld alleen en legt onder andere uit hoe activatie tot stand komt, welke elementen daarbij van belang zijn (zoals intrinsieke motivatie, betekenis, creativiteit, eigenaarschap en plezier) en dat deze manier van werken een sleutel kan zijn tot innovatie. Hoewel er in het beginstadium van dit onderzoek in overleg met Joost en Vincent van Incubate is besloten deze scriptie in het Nederlands te schrijven, is deze voice over Engelstalig. Ik heb hier samen met Incubate voor gekozen, omdat Youtube een medium is dat wereldwijd toegankelijk is. Daarnaast is één van mijn doelen met deze conclusie de kijker op te roepen tot een discussie, die zich niet hoeft te beperken tot de grenzen van Nederland. Deze discussie krijgt vorm op de website, de derde laag van de conclusie. Wellicht voeg ik hier op termijn een Engelse vertaling van mijn scriptie aan toe.

3. Wat kan ik / Incubate daarmee doen? – de website

De film wordt weergegeven op een website waarop de kijker de scriptie kan downloaden en kan reageren door middel van een contactformulier. Daarnaast is er voor iedereen de mogelijkheid om via een forum op de website zijn of haar ervaringen met activatie te delen. Dit geeft mij de mogelijkheid om in contact te

komen met mensen die geïnteresseerd zijn in activatie en zo het onderzoek ook na mijn afstuderen voort te zetten. Ook in de film wordt hiernaar verwezen. Omdat ik in hoofdstuk 4 concludeer dat persoonlijke communicatie van belang is ben ik in het eerste shot zelf in beeld en richt ik het woord direct tot de kijker. Ik verwacht dat een persoonlijk begin de kijker niet alleen direct aanspreekt, maar ook de kans vergroot dat hij of zij na afloop van de film zal reageren op wat hij heeft gezien.

4. Het proces van activatie – ‘the making of’

Tot slot is er een vierde laag, die slechts gedeeltelijk zichtbaar is in de film. En dat is het proces van activatie, dat ik samen met anderen heb doorlopen bij de totstandkoming van deze conclusie. Dit is een voorbeeld van wat een organisatie zoals Incubate met de theorie van activatie zou kunnen doen. Ik zal dat proces hieronder toelichten.

Het proces: hoe het idee een netwerk werd

Ik had tijdens het schrijven van deze scriptie allerlei ideeën. Zo had ik lang geleden al bedacht hoe je met paperclips best een theorie uit zou kunnen leggen en wilde ik graag eens leren hoe je een film kunt editen. Maar ik had nooit een goede reden om dat ook daadwerkelijk te gaan doen. Deze ideeën vielen samen met mijn plannen om de conclusie in een andere vorm te gieten toen ik het animatiefilmpje bekeek dat door animatoren van The RSA was gemaakt van een toespraak van Ken Robinson (Robinson, 2010b). In dit filmpje wordt een toespraak van Ken Robinson nagetekend op een whiteboard. Hierdoor ontstond het idee om mijn theorie uit te leggen door paperclips op een whiteboard te filmen.

Ik ontdekte al snel dat ik dit niet alleen zou kunnen doen. Ten eerste vanuit een theoretische overweging: samenwerking speelt binnen activatie immers een essentiële rol. Maar ook op praktisch vlak had ik hulp nodig: ik had zelf geen camera, statief of de juiste computerprogramma's om een film te kunnen maken en ook niet genoeg kennis van het maken van films om het filmpje een professionele uitstraling te kunnen geven.

Ik besprak mijn idee met mijn stagebegeleiders, vrienden, huisgenoten, en anderen die geïnteresseerd waren. Zij gaven me tips en het zelfvertrouwen om de film ook daadwerkelijk te gaan maken. Ik besprak

mijn idee ook met Jeroen, na afloop van het interview dat ik met hem had in het kader Hoofdstuk 3. Hij vertelde dat er bij Verse Pookoe regelmatig filmpjes werden gemaakt en over zijn collega's Paulus en Jean-Paul, die volgens hem graag zouden willen helpen. Ik trok de stoute schoenen aan en zocht contact met hen. Ik vertelde Paulus en Jean-Paul over mijn scriptie, mijn interview met Jeroen en mijn plannen voor een filmpje. Ze waren meteen enthousiast en boden hun hulp aan. Niet alleen mocht ik gebruikmaken van hun apparatuur, ze wilden ook actief meehelpen en meedenken tijdens de opnames en wilden me leren hoe ik de film zelf kon editen.

In het kader van 'connect unlikely ingredients' wilde ik voor de opnames van de film een team samenstellen waarin verschillende perspectieven samen zouden komen. Naast het perspectief van de twee filmmakers wilde ik ook creatieve en academische input. Daarom wilde ik graag een kunstenaar bij het project betrekken en vroeg daarvoor vriendin Rossella¹⁰. Als kunstenares maakt ze onder andere beeldende vertalingen van poëzie en het leek me interessant haar te vragen hoe ik mijn theorie in beelden kon omzetten. Daarnaast vroeg ik vriendin Marlies, die mijn eerste hoofdstuk had gelezen en onlangs afstudeerde aan de Universiteit van Tilburg. Ze vonden het allebei leuk om te worden gevraagd en wilden graag meedoen.

Voorafgaand aan het filmen presenteerde ik mijn plannen aan het 'team'. Ik vertelde hen over mijn onderzoek, wat leidde tot een leuke discussie over de verschillen tussen participatie en activatie en hoe zij zichzelf daarin herkenden. Werkwijzen werden met elkaar vergeleken en ervaringen werden gedeeld waardoor de theorie voor iedereen op zijn eigen manier betekenis kreeg. Er ontstonden ook gesprekken onderling, waarbij contactgegevens werden uitgewisseld om misschien in de toekomst samen te werken bij een ander project.

Vervolgens presenteerde ik mijn plannen voor de film. Het eerste deel van de film, waarin participatie wordt uitgelegd, wilde ik strak regisseren door iedereen stap voor stap uit te leggen wat ze moesten doen, totdat het woord 'participatie' duidelijk in beeld was. Voor het tweede deel heb ik een open opdracht geformuleerd waarbij alleen het doel vaststond: ik wilde dat aan het einde van het filmpje de letters 'activatie' duidelijk leesbaar in beeld zouden verschijnen. De manier waarop liet ik vrij. De anderen participeerden in mijn idee.

¹⁰ <http://www.rossellab.eu/>

In het derde deel van de film wilde ik laten zien dat activatie doorgaat op een manier die vooraf niet te voorspellen is. Daarom vroeg ik de anderen een vervolg te maken op de film, dat zou beginnen met het frame waarmee deel 2 was geëindigd. Wat ze ermee wilden doen liet ik vrij, al gaf ik wel aan om de film op één of andere manier in een wit vlak te laten eindigen. Ik had namelijk een plan voor de aftiteling, waarbij ik iedereen die mee had geholpen wilde vragen zijn of haar naam op een whiteboard te schrijven.

Deel 1 en 2 verliepen in de praktijk vrijwel precies zoals ik had gepland. Deel 3 bleek echter anders te lopen dan ik had verwacht. Er werd druk gebrainstormd en gespeeld met paperclips. Iemand opperde een idee, anderen vulden dat aan en zo ontstonden er allerlei ideeën, waarvan de meeste uiteindelijk de film overigens niet hebben gehaald, zoals het maken van sieraden en het animeren van dierenfiguren van paperclips. Ik was er vooraf vanuit gegaan dat er een totaal andere film gemaakt zou worden, bijvoorbeeld door één paperclip te pakken en die te filmen op een totaal andere plek, of door op iets uit te komen dat uiteindelijk helemaal niets meer met paperclips te maken had. Maar in plaats daarvan bleven we juist dichtbij de theorie en werd er voor gekozen op het whiteboard te blijven werken en samen een geheel nieuwe voorstelling van paperclips te maken. Het argument hiervoor was dat het beeld vanuit de camera op het witte vlak met paperclips de kracht was van de film en dat het zonde zou zijn om hiervan af te wijken. Omdat er naar aanleiding van mijn uitleg over mijn scriptie aan het begin van het proces geconstateerd werd dat activatie een proces is dat groeit, werd ervoor gekozen met paperclips een voorstelling te maken van een groeiende bloem.

Wel vonden we het belangrijk dat de mensen die aan het project hadden meegewerkt – wijzelf dus – nadrukkelijker in beeld moesten verschijnen. Daarom werd, overigens geheel terecht, mijn verzoek om in een wit vlak te eindigen genegeerd. Samen bedachten we dat het veel beter zou zijn om tijdens de aftiteling beelden te laten zien van de mensen die aan het project hebben meegewerkt, om zo aan te geven dat persoonlijke communicatie erg belangrijk is. We vroegen Yannick, stagiaire bij Incubate, om deze beelden te filmen. Daarmee krijgt de film ook een open einde, wat benadrukt dat het proces van activatie na afloop van het project verder gaat. Doordat ikzelf niet langer leidend was in het proces verkregen de anderen eigenaarschap over mijn idee, wat uiteindelijk leidde tot een veel beter alternatief voor het slot dat ik vooraf had bedacht.

Tijdens het editen heb ik nauw samengewerkt met Paulus. Ook anderen kwamen met nuttige tips of hielpen mee. Zo kwam Peter, die zich binnen Incubate richt op de muzikale programmering, met het idee

voor de muziek en besloot ik op advies van onder andere Vincent en Barry van Incubate, die de film in een vroeg stadium hebben bekeken, een voice over toe te voegen. Ik plaatste het filmpje op een website en stuurde de link naar ruim 20 mensen die allemaal in meer of mindere mate betrokken waren geweest bij het schrijven van het onderzoek en/of het maken van het filmpje. Vrijwel iedereen reageerde binnen een paar uur en gaf me tips om de site te verbeteren. Langzaam maar zeker maakten steeds meer mensen zich eigenaar van mijn project. Collega's van Incubate gaven aan het filmpje te willen gebruiken in presentaties over het festival en Paulus wilde het graag plaatsen op de website van Verse Pookoe.

Deze conclusie is ontstaan in een creatief groepsproces waarin persoonlijke communicatie, presentatie, participatie en activatie elkaar afwisselden. Mijn theorie kreeg voor de deelnemende partijen betekenis en doordat verschillende mensen eigenaarschap kregen over het idee werd het proces radicaal doorbroken, wat leidde tot een onverwacht, maar effectief resultaat.

Toekomstig onderzoek

Dit is een explorierend onderzoek. Het is een eerste verkenning van het terrein van activatie en heeft daardoor allerlei open einden. Hieronder noem ik een aantal invalshoeken voor toekomstig onderzoek.

Het analyseren van creatieve groepsprocessen

In hoofdstuk 3 interviewde ik individuele activatoren. Zij vertelden allemaal over hun samenwerking met anderen. Om meer inzicht te krijgen in de manier waarop deze samenwerking verloopt, is het interessant om creatieve groepsprocessen te observeren, te analyseren en te koppelen aan activatie. Welke eigenschappen hebben deze mensen? Hoe versterken zij elkaars intrinsieke motivatie en waarom leidt het bij de ene groep wel tot activatie en blijft het bij een andere groep vooral bij participatie? Een interessant startpunt hiervoor is een artikel dat Vincent de Waal schreef voor een uitgave van Cultuur + Educatie (2011). Hierin gaat hij onder andere in op het functioneren van informele groepen binnen de kunst en cultuursector.

Informeel leren

Wanneer mensen samenwerken op een creatieve manier wordt er op allerlei manieren informeel geleerd. Dat informele leren kan de intrinsieke motivatie versterken en ervoor zorgen dat mensen meer mogelijkheden gaan zien. Het is daarom interessant om te onderzoeken om welke leerervaringen het gaat, hoe deze tot stand komen en of het mogelijk is om de kans op zo'n informele leerervaring te vergroten, opdat het proces van activatie daarmee kan worden versterkt.

Flow

Het proces van activatie verloopt wellicht het meest optimaal wanneer mensen in een 'flow' zitten. Volgens psycholoog Mihaly Csikszentmihalyi (2010) zitten we in een flow wanneer we ons sterk voelen, alert zijn, ons werk moeiteloos verrichten, het gevoel hebben de situatie volledig meester te zijn en op de top van ons kunnen presteren. Deze visie nodigt uit om activatie te bekijken vanuit een psychologisch standpunt: waar ontstaan flow momenten in het proces van activatie en is het mogelijk om de kans op een dergelijke ervaring te vergroten?

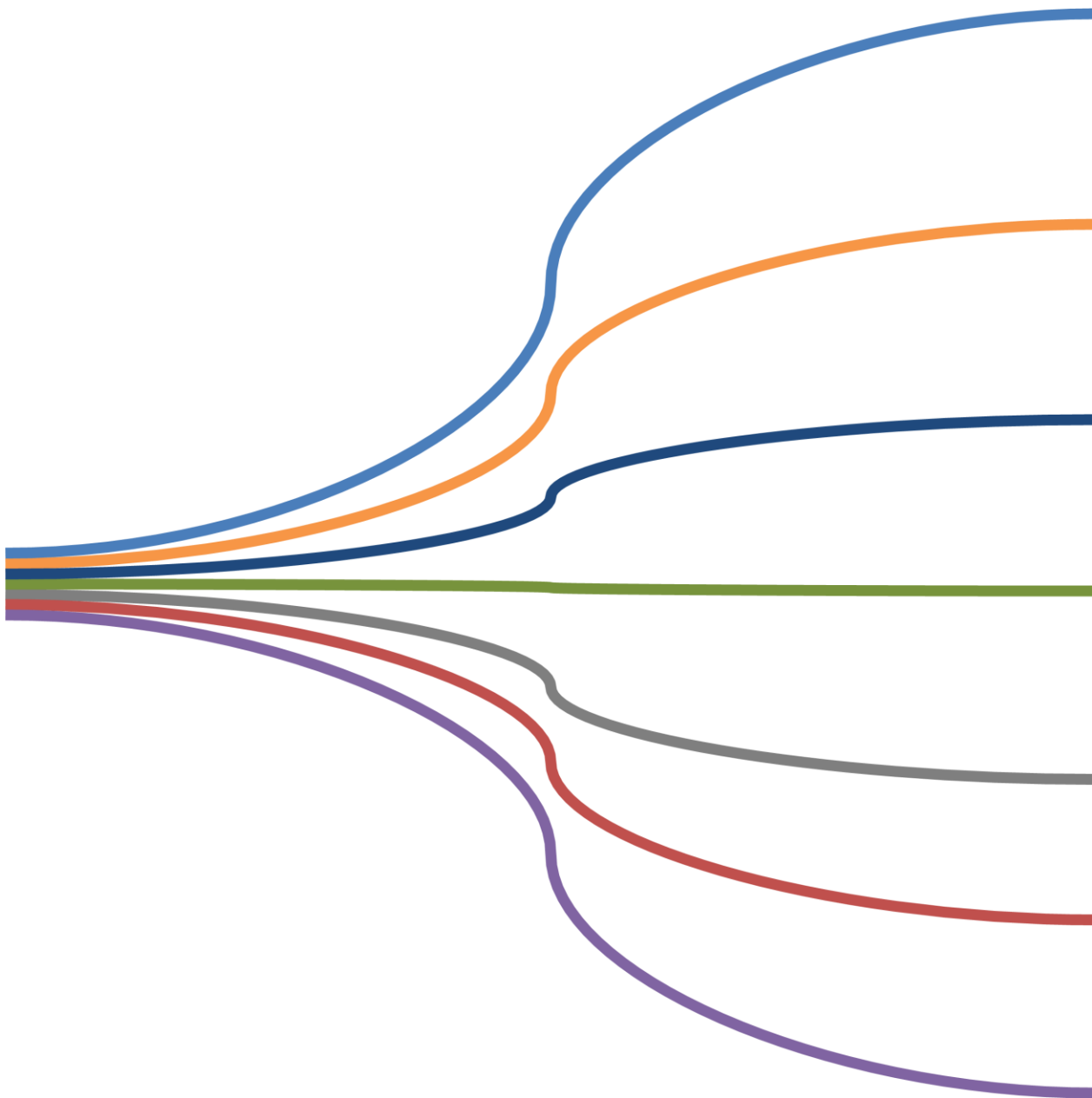
Delen met experts

Tijdens mijn onderzoek ontdekte ik steeds meer initiatieven die facetten van activatie raken. Er zijn tal van experts die op een creatieve manier nadenken over samenwerking, cocreatie, participatie, eigenaarschap, innovatie of intrinsieke motivatie. Een aantal van hen worden in deze scriptie genoemd, maar er zijn er veel meer. Wanneer ik dit onderzoek nog een keer zou mogen uitvoeren zou ik hen graag interviewen over hun kijk op activatie. Maar het zou veel interessanter zijn om hen in een informele setting met elkaar te laten discussiëren over deze theorie, in de hoop dat ze elkaar aanvullen en voortbouwen op de theorie op een manier die ik zelf niet had kunnen bedenken. Een dergelijke bijeenkomst zou kunnen leiden tot allerlei nieuwe ingangen.

Delen in de praktijk: en nu jij!

Activeren is delen, activeren is doen. Dit onderzoek krijgt pas echt betekenis wanneer het wordt toegepast de praktijk. En daarvoor heb ik *jouw* hulp nodig. Je hebt nu mijn onderzoek gelezen en de conclusie bekeken, je hebt zelfs doorgelezen tot de laatste alinea van de discussie. Ik maak hieruit op dat je dat wat je gelezen hebt interessant vindt, dat je misschien zelf bezig bent met activatie of er in de toekomst graag iets mee zou willen gaan doen. Ik ben dan ook erg benieuwd naar wie je bent en wat je ervaringen zijn.

Laat me weten wat je ervan vindt via www.enwenoemenhetactivatie.weebly.com, dan maken we samen dit onderzoek beter!



Literatuur:

Cornerhouse. (2009). *The Art of With 1: Setting the Scene*. Manchester. Ontleend aan http://www.cornerhouse.org/wp-content/uploads/old_site/media/Learn/Reports%20and%20studies/The_Art_of_With_Report.pdf

Csikszentmihalyi, M. (2010). *Flow: Psychologie van de optimale ervaring*. Negende druk. Uitgeverij Boom. Amsterdam.

Driel, H. van (2012). *Samenleven 3.0: Veranderen in leven en denken, ook in het kunstonderwijs*. In: *Pleidooi voor polyfonie*. Meldpunt Kunstonderwijs. Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. 71-83.

Edgar, D. (2012). *Why should we fund the arts*. The Guardian. Ontleend aan <http://www.guardian.co.uk/culture/2012/jan/05/david-edgar-why-fund-the-arts>

Incubate. (2012). *Incubate beleidsplan 2013+: Onderscheiden door te binden*. Ontleend aan http://issuu.com/incubate/docs/incu12_beleidsplan

Incubate. (2011). *Persbericht: 'We Are Incubate' is het thema van Incubate 2011*. Ontleend aan <http://incubate.org/pressinfo/persbericht-%E2%80%98we-are-incubate%E2%80%99-is-het-thema-van-incubate-2011/>

IncubateLift. (2012, 17 juli). *"Met je rare paperclips."* [twitter post]. Ontleend aan <https://twitter.com/IncubateLift/status/225193572385824768>

Instituut voor Publiek en Politiek. (z.j.). *Participatiewijzer*. Onderdeel van het Huis voor democratie en Rechtsstaat. Ontleend aan www.participatiewijzer.nl

Lans, J. van der. (2012). *Crisis: een kans om ons publieke diensten toe te eigenen*. Ontleend aan <http://www.socialevraagstukken.nl/site/2012/05/24/do-it-yourself/>

Johnson, S. (Juli, 2010). *Steven Johnson: Where good ideas come from* [Video file]. TED. Ontleend aan http://www.ted.com/talks/lang/en/steven_johnson_where_good_ideas_come_from.html

Leadbeater, C. (2010). *Charles Leadbeater keynote speech at Incubate Festival 2010*. [Video file] Incubate. <http://vimeo.com/15248199>

Leadbeater, C. (2009a). *The Art of With: An Original essay for Cornerhouse, Manchester*. Draft March 2009. Ontleend aan http://www.cornerhouse.org/wp-content/uploads/old_site/media/Learn/The%20Art%20of%20With.pdf

Leadbeater, C. (2009b) *We think: Mass innovation, not mass production*. Second edition. Profile Books LTD. London.

Leadbeater, C. (2008). *About me*. Geraadpleegd op 07-02-2012. Ontleend aan <http://www.charlesleadbeater.net/about-me/about-me.aspx>

Leadbeater, C. (2005). *Arts Organisations in the 21st Century: Ten Challenges*. Draft report January 2005. Ontleend aan <http://www.charlesleadbeater.net/cms/xstandard/Ten%20Challenges5.pdf>

MRCornerhouse. (27 juli 2009). *The Art of With Seminar: Setting The Scene - conclusion by Charles Leadbeater* [Video file]. Cornerhouse. Manchester. Ontleend aan <http://www.youtube.com/watch?v=CWDYGXpAf48>

Pink, D. (2010). *Drive: The surprising truth about what motivates us*. Canongate Books. Edinburgh/London.

Provincie Zuid Holland (2008). *Vol verlangen naar de zee*. Verslag expertmeeting Cultuurparticipatie maandag 21 april 2008. Ontleend aan <http://www.zuid-holland.nl/documenten/opendocument.htm?llpos=287943172&llvol=0>

Robinson, K. (2011). *Out of our minds*. Revised and updated edition. Capstone Publishing Ltd. Westford.

Robinson, K. (2010a) *The Element: How Finding Your Passion Changes Everything*. Penguin books. London.

Robinson, K. (Oktober, 2010b). *Ken Robinson: Changing education paradigms* [Video file]. RSA Animate. TED. Ontleend aan http://www.ted.com/talks/lang/en/ken_robinson_changing_education_paradigms.html

- Roemen, N., & Koerts, F. (2011). *Durftevrage*. Eerste druk. Uitgeverij Haystack. Ontleend aan <http://durftevrage.com/wp-content/uploads/2012/01/Durftevrage1.01.pdf>
- Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur. (2007). *Participatie en Cultuur*. Ontleend aan <http://www.rrkc.nl/uploads/230.pdf>
- Shirky, S. (2009). *Here comes everybody: How change happens when people come together*. Penguin books. London.
- Sinek, S. (September, 2009). *Simon Sinek: How great leaders inspire action*. TED. Ontleend aan http://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action.html
- Sinek, S. (2012). *About Simon*. Ontleend aan <http://www.startwithwhy.com/About.aspx>
- TED. (z.j.). *Speakers Ken Robinson: Author/educator*. Ontleend aan http://www.ted.com/speakers/sir_ken_robinson.html theRSAorg. (8 Maart, 2010). *Ken Robinson - The Element* [Video file]. You Tube. Ontleend aan <http://www.youtube.com/watch?v=3TAqSBMZDY8>
- Van Dale (2005) *Groot Woordenboek van de Nederlandse Taal*. 14^e editie. Van Dale Lexicografie BV. Utrecht / Antwerpen.
- Vries, A. de. (2010). *Epiloog community art, kunst genieten is anders dan van kunst genieten*. Boekman 82, Tweëëntwintigste jaargang. Voorjaar 2010. Amsterdam.
- Waal, V. de (2011). *Redactioneel*. In: *Cultuur +Educatie 30*. Jaargang 11. Cultuurnetwerk Nederland. Utrecht.
- Waal, V. de. (2004). *Uitdagend leren, culturele en maatschappelijke activiteiten als leeromgeving*. Tweede, herziene druk. Uitgeverij Coutinho. Bussum.

Interviews:

Abbing, J. (2012). *Interview met Jeroen Abbing*. Tilburg. Afgenomen op 05-07-2012.

Dellevoet, S. (2012). *Interview met Saskia Dellevoet*. Tilburg. Afgenomen op 22-06-2012.

Hendrix, N. (2012). *Interview met Niek Hendrix*. Tilburg. Afgenomen op 07-06-2012.