



BRIDGING



State of the Art Rapport

Oversigt over skabende og faciliterende aktiviteter inden for amatørkunst, det frivillige kulturelle område og kulturarven.

Oversat fra engelsk af Bente von Schindel



Denne rapport er et resultat af projektet "Bridging - kultur som samskabelse og brobygning til socialt fællesskab og gensidig tillid". BRIDGING er et toårigt projekt, der involverer otte partnerorganisationer fra syv europæiske lande, finansieret af Erasmus+ -programmet.

De involverede partnerorganisationer er:

Kulturelle Samråd i Danmark

www.kulturellesamraad.dk

Danmark

Interfolk, Institut for Civilsamfund

www.interfolk.dk

Danmark

Latvijas Piļu un muižu asociācija

www.pilis.lv

Letland

Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst

www.lkca.nl

Holland

EDUCULT – Denken und Handeln im Kulturbereich

www.educult.at

Østrig

Fundacja Alternatywnych Inicjatyw EdStorbritannienacyjnych

www.fundacjaie.eu

Polen

Javni Sklad RS za Kulturne Dejavnosti

www.jskd.si

Slovenien

Voluntary Arts

www.voluntaryarts.org

England og Irland

Projektet er støttet af Danmarks Nationale Kontor for Erasmus+ programmet og afspejler kun forfatterens synspunkter.

Hverken Erasmus + -programmet eller Europa Kommissionens agentur kan holdes ansvarlig for nogen anvendelse, der kan gøres af de heri indeholdte oplysninger.

Indhold

1. Forord	5
1.1 Definition af hovedtermerne	5
1.2 Kvantitative undersøgelser	6
1.3 Kvalitative interviews.....	7
1.4 Kontekstmæssige fordomme.....	8
2. Beskrivelse af resultater i deltagende lande	10
2.1 Danmark.....	10
2.2 Holland.....	16
2.3 Polen.....	23
2.4 Slovenien.....	30
2.5 Storbritannien	37
3. Sammenligning mellem landene	44
3.1 Forskellige perspektiver på undersøgelsens resultater.....	44
3.2 Opfattelsen af de kreative aktiviteter: En fælles forståelse	45
3.3 Sammenligning af interviewene: Identifikation af „Best practices“	48
4. bilag	54
4.1 Tabel over diagrammer	54
4.2 Spørgeskema	55
4.3 Interview spørgsmål.....	61

1. Forord

Denne undersøgelse har til formål at give et overblik over og finde eksempler på gode kreative aktiviteter inden for amatørkunst, det frivillige kulturelle område samt kulturarvsområdet. Det er aktiviteter, hvis sigte det er at opbygge social kapital samt fremme integration, samhørighed og tillid i et samfund. Dataene er samlet sammen fra oktober 2017 til januar 2018 af fem partnere: LKCA (NL), KSD (DK), VAN (UK), FAIE (PL) og JSKD (SI) og sammenskrevet af EDUCULT (AT).

Den anvendte forskningsmetode kombinerer kvantitative data ved brug af spørgeskemaer og kvalitative data ved hjælp af interviews. De fem nationale undersøgelser bruger de samme spørgeskemaer og interviewguider for at sikre, at de behandlede data kan sammenlignes og præsenteres i en multilateral sammenhæng.

1.1 Definition af hovedtermerne

Amatørkunst, det frivillige kulturelle område og kulturarv:

Området defineres som bestående af tre undergrupper, der alle er en del af den tredje sektor, civilsamfundet og nonprofitorganisationerne:

- **Amatørkunst:** Lokale foreninger på amatørniveau, hvor deltagerne er aktive som amatører indenfor musik, kor, teater, dans, billedkunst, folkedans, folkemusik osv.).
- **Det frivillige kulturelle område:** Er foreninger, der organiserer forskellige former for professionel kunst, såsom lokale klassiske koncerter, besøg af teatergrupper, kunstudstillinger, filmfremvisninger osv. Disse slags sammenslutninger er ikke så velkendte i de fleste af deltagerlandene, selv om de udgør en stor del af sektoren i Danmark og er grunden til, at der i lokalsamfundene er mulighed for at overvære professionel kunst og kultur – også uden for de større byer.
- **Kulturarv:** Er dels foreninger, der holder gamle traditioner (sejlsads, håndværk) levende eller tager vare på monumenter. Dels foreninger, hvor frivillige opsøger og nedskriver lokalhistorie og samler lokalt stof til lokale arkiver. Også foreninger, der består af museumsfrivillige på de professionelle museer, er en del af dette kulturarvsområde.

Samskabelse:

Udtrykket "Samskabelse" refererer i sammenhæng med dette projekt til samskabelse, hvor forskellige borgergrupper arbejder og skaber sammen – evt. i samarbejde med kommune eller erhvervsliv. Samskabelse sigter mod at fremme social kapital, gensidig tillid og anerkendelse som en del af det demokratiske samfund.

Bygge social kapital / social inklusion:

At bygge social kapital og fremme social integration gennem medskabende aktiviteter

forstås som væsentlige læringsresultater af deltagende og medskabende kulturelle aktiviteter, hvor tidligere segregerede grupper beskæftiger sig med fælles kulturelle aktiviteter som f.eks.:

- Intersocial læring (inkludere marginaliserede grupper: Fattige, lavt uddannede osv.)
- Intergenerationel læring (inkludere flere generationer i delt læring)
- Interregional læring (inkluderer grupper fra by og land, centrum og periferi)
- Interkulturel (inddragelse af mindretalskulturer)
- Intereuropæisk (omfatter grænseoverskridende aktiviteter, hvor forskellige europæiske traditioner/kulturer er involveret med en europæisk merværdi).

1.2 Kvantitative undersøgelser

Undersøgelserne giver et overblik over sektoren. De identificerer deltagerne, den praksis og den opfattelse, de har af den:

- Hvem er hovedaktørerne i sektoren?
- Hvilken tradition har de med hensyn til deltagende og medskabende kulturelle aktiviteter og at bygge bro over social kapital og hvilke mål?
- Hvad er deres opfattelse og deres interessenters opfattelse af mål og målsætninger med hensyn til at bygge bro over social kapital?

Undersøgelserne indeholder eksempler på samskabelsesaktiviteter inden for sektoren:

- Hvilke arrangementer blev organiseret: Hvilke aktiviteter, hvilket program? Hvilke grupper var involveret, omtrent hvor mange deltagere?
- Hvad var styrken og svaghederne i arrangementet?
- Hvad var udkommet og resultaterne?
- Hvordan svarede begivenhederne til målene med hensyn til at bygge bro over social kapital?

Undersøgelserne definerer sektorens behov for at bygge bro med henblik på at skabe social kapital gennem samskabende aktiviteter:

- Hvad var sektorens vigtigste udfordringer med hensyn til at understøtte brobygning for at skabe social kapital?
- Hvad er nødvendigt, for at sektoren kan overvinde disse udfordringer?

Undersøgelsens analytiske sammendrag/hovedtendenser:

- Hvilke slags arrangementer var hovedsageligt organiseret, og hvordan byggede de bro for at skabe social kapital?
- Hvad er kriterierne/benchmarks for god praksis?

1.3 Kvalitative interviews

De interviewede blev opdelt i tre målgrupper: læringsudbydere, kursusdeltagere og interessenter. For hver gruppe er der blevet udvalgt forskellige emner. Hver partner gav tre interviews pr. målgruppe.

Læringsudbydere: Ledere (bestyrelsesmedlemmer) og lærere i frivillige amatørkulturforeninger, de frivillige kulturelle foreninger samt i kulturarvsforeninger. Desuden i beslægtede netværk samt fagfolk såsom kunstnere, der leder aktiviteterne.

Spørgsmålene omfattede:

- Organisationens karakter
- Karakter af aktiviteter, der er organiseret
- Relevans af aktiviteter ud fra læringsudbydernes perspektiv
- Traditionelle målgrupper
- Mål og erfaring med samskabende aktiviteter mellem forskellige sociale grupper
- Hvilke sociale grupper, der er inkluderet
- Anvendte metoder
- Positive og negative aspekter af oplevelsen
- Resultater af aktiviteterne

Kursusdeltagere: Medlemmer eller deltagere i partnernes egne organisationer og beslægtede netværk.

Spørgsmålene omfatter:

- Hvilke aktiviteter, man deltog i
- Forventninger til aktiviteterne
- Erfaring med aktiviteterne
- Relevans af aktiviteterne
- Personligt udkomme i forbindelse med aktiviteterne
- Forslag i forhold til aktiviteterne

Interessenter: Repræsentanter fra afdelinger indenfor kultur og fritid i de relaterede kommuner, kunst og kulturinstitutioner i involverede kommuner, andre af civilsamfundets organisationer på området såsom det sociale, humanitære, velfærd, sport osv.

Spørgsmålene omfatter:

- Hvordan er kommunen?
- Relevans af aktiviteter ud fra interessenternes perspektiv
- Hvilke aktiviteter man i forvejen har kender til
- Erfaring med disse aktiviteter
- Resultater og forslag til disse aktiviteter

1.4 Kontekstmæssige fordomme

Resultaterne af denne forskning skal inddrages med en kontekstuel fordom. På baggrund af korte oversigter over de nationale sektorer leveret af partnere, vil der blive identificeret nogle forskelle og mulige vinkler i fortolkningen af data.

Generelt

Det er svært at sætte tal på den polske kultursektor, da der ikke findes statistikker om det specifikke antal ngo'er inden for kunst og kultur. Den største forskel mellem de andre lande og den polske sektor er fraværet af nationale paraplyorganisationer, selvom der findes nogle lokale netværkskonstruktioner.

Den slovenske sektor er ret udviklet med ca. 3.300 NGO'er inden for kultur og kunst (ud af 25.000 ngo'er). I Slovenien er "samfund" (juridisk betegnelse for foreninger) historisk den vigtigste platform for adgang til kultur i lokalmiljøet. I det 19. århundrede spillede de en vigtig rolle, da slovensk sprog blev standardiseret og formaliseret. Derfor er "samfundene" nøgleaktører i kulturlivet i lokalsamfundene i Slovenien.

Den britiske frivillige kunstsektor er dannet af 63.000 frivillige kunstgrupper, hvoraf størstedelen er non-profit organisationer (registreret som velgørende organisationer). I Storbritannien er antallet af netværkerne af samfundsbaseede organisationer vokset siden 1880'erne, i dag har landet næsten 200 specialiserede nationale paraplyorganisationer.

I Holland er der samlet set over 130 nationale paraplyorganisationer foreninger og fonde. 40 % af den hollandske befolkning er involveret i kreative og kunstneriske fritidsaktiviteter, hvilket udgør over 6,4 millioner mennesker.

De danske civilsamfundsorganisationer inden for kunst og kultur er opdelt i to typer: amatørorganisationer (amatører i kunstneriske aktiviteter) og frivillige kulturelle organisationer (kunst- og kulturformidlere). De er historiske nøglespillere, som har eksisteret siden 1849 (da landet fik sin første forfatning), og de har blomstret siden.

Hovedudfordring / finansiering

I Slovenien finansieres kulturelle grupper lokalt (af kommunen). Andre organisationer, såsom JSKD, kan også deltage ved medfinansiering af amatørkulturprogrammer og projekter på nationalt plan.

Den polske kultursektor finansieres også lokalt. Staten finansierer offentlige institutioner, amatørkunsten er delegeret til lokale myndigheder. NGO'er skal selv erhverve finansiering af kulturelle aktiviteter ved at samarbejde med de lokale myndigheder gennem "NGO'er samarbejdsprogrammer" af et års varighed. Midlerne til kulturelle aktiviteter kan også erhverves af ngo'er i form af nationale og europæiske tilskud. Privat sponsoring er også tilgængelig, men det er stadig ikke særlig populært inden for kultur.

De danske organisationer støttes lokalt gennem en lov, der dækker hele voksenuddannelsesområdet (Folkeoplysningsloven) samt gennem midler fra kommunerne. Kommunerne har desuden pligt til at anvise egnede lokaler til aktiviteterne. Nationalt støttes de kulturelle organisationer af midler fra Kulturministeriet, dog med meget mindre beløb end det øvrige ngo-område.

I Storbritannien er grupperne selvforsynende. De har gennem de sidste 20 år modtager mindre eller ingen finansiering fra kommunerne. Den nationale regering støtter nogle paraplyorganisationer, der i de senere år har medtaget "deltagelse" i sine prioriteter. Nedsikring af midler indebærer en reduktion af aktiviteter eller et tab af praktisk plads til nogle amatørgrupper. De har en bleg offentlig profil og kan derfor være svære at finde for publikum.

Holland har en situation, hvor kommuner understøtter amatørkunsten og ofte opretholder foreningernes faciliteter. Det skal bemærkes, at de private kulturudbydere vokser i Holland på grund af manglen på faste stillinger i kultursektoren.

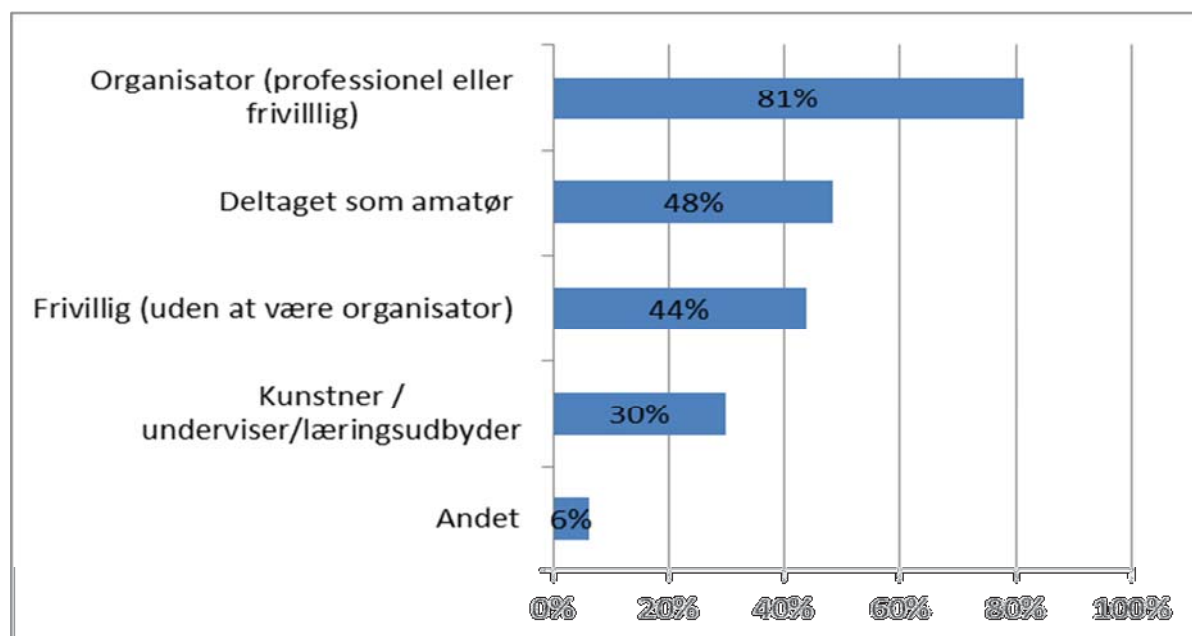
De kontekstuelle fordomme kan differentierede i flere situationer: To lande med en mere liberaliseret kultursektor (Storbritannien og Holland), et land uden specifikke foranstaltninger og netværk for kultursektoren til støtte for de eksisterende ngo'er (Polen) og lande med en lokalbaseret og finansieret kultursektor (Slovenien, Danmark, til en vis grad Holland).

2. Beskrivelse af resultater i deltagende lande

2.1 Danmark

64 personer deltog i undersøgelsen. Et lille flertal af deltagerne var mænd (52 %). Resultaterne viste, at et stort antal respondenter var ældre: 51 % var 65 og over, 30 % var mellem 50 og 69. Jo højere uddannelsen er, desto flere er der involveret i medskabende aktiviteter: 48 % havde en "lang videregående uddannelse" havde 33 % en "kort videregående uddannelse". Kun 2 % af deltagerne havde kun en gymnasial uddannelse. Deltagerne var for det meste ansat på heltid (33 %) eller pensioneret (55 %). De deltog i forskellige aktiviteter. Dem, der samlede de fleste, var instrumentalmusik (39 %), billedkunst (37 %), drama (33 %) og sang / kor (33 %). Alle de øvrige aktiviteter var omkring samme procentdel (ca. 17 %), undtagen den digitale kreativitet (9 %).

Deltagerne var primært involveret som arrangører (81 %). Flere var involveret som deltagere (48 %) og frivillige (44 %) end som kunstnere / lærere (30 %).



Figur 1: I kraft af hvilken rolle har du været involveret i aktiviteter? (Danmark)

I disse aktiviteter var deltagerne enten involveret mere end ti gange (31 %) eller kun en til tre gange (25 %). Der er et hul mellem tilbagevendende og sporadiske deltagere. Deltagerne bor i lokale områder med et stærkt kreativt aktivitetstilbud. 34 % af dem kunne deltage i mere end 30 aktiviteter. De hørte om disse aktiviteter via kulturelle netværk (78 %) og kulturinstitutioner (62 %). Da deltagerne primært var arrangører, er de en del af kulturområdet og en del af kommunikationsnetværket. Familier synes at

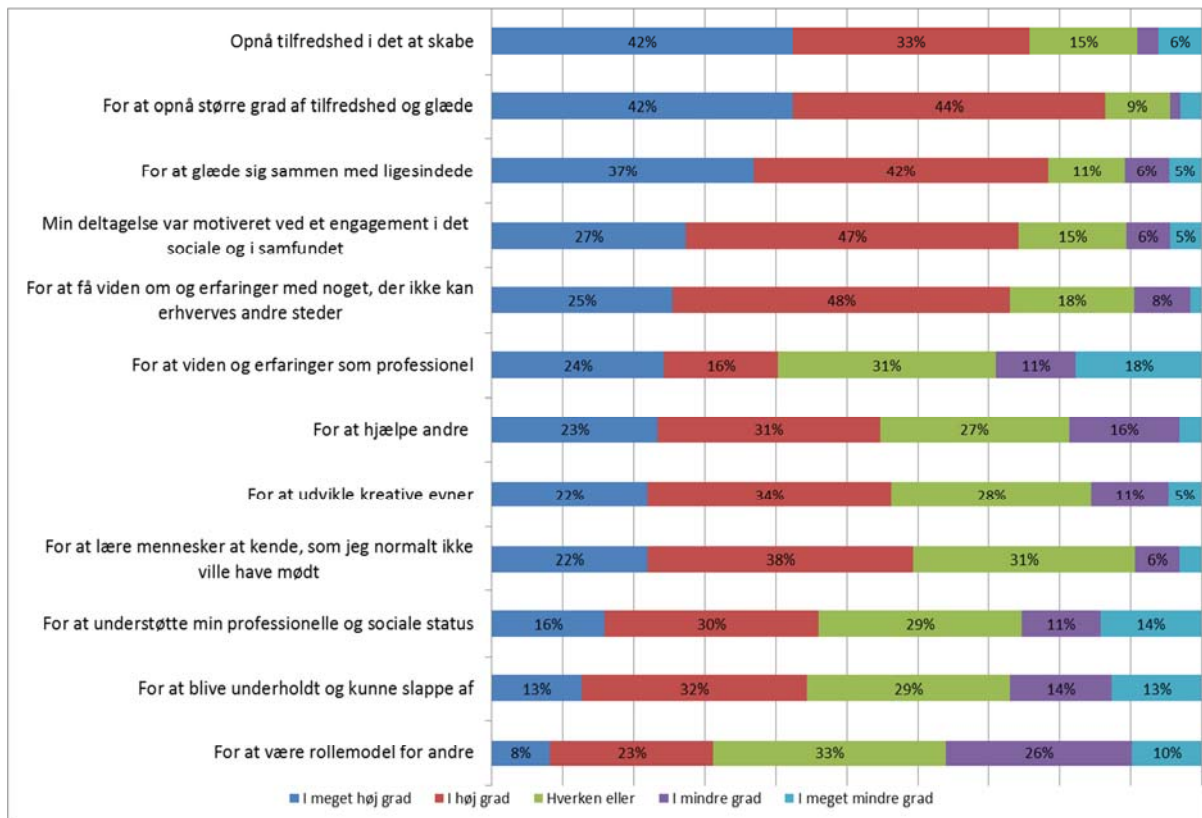
have mindre betydning for fremme af disse aktiviteter (37 %). For at opsummere er deltagerne i Danmark ældre, pensionerede og besidder en videregående uddannelse. Den kreative sektor har en større betydning inden for musik (instrumental, sang) samt drama. Folk, der deltager i disse aktiviteter, organiserer dem også ofte. Den kreative sektor er institutionaliseret: Der er et stærkt tilbud, der bygger på specifikke kanaler (kulturelle netværk, kulturinstitutioner). Deltagerne følger gentagne gange disse kreative aktiviteter.

Paradoksalt set opfattede deltagerne deres grupper som heterogene. De svarede, at resten af gruppen havde en anden alder (63 %), køn (76 %), en anden uddannelsesmæssig baggrund (62 %) og et andet indkomstniveau (48 %). Ikke desto mindre opfattede de gruppen som homogen i sin kulturelle/nationale baggrund (54 %) og på grund af den lokale sammensætning (71 %). Modsat den overordnede statistik opfattede deltagerne sig som mere forskellige, end de rent faktisk er. Alligevel noterede de sig den samme kulturelle baggrund. Dataene viser også, at disse aktiviteter er lokalt baserede og forklarer denne homogenitet. For at bygge bro over social kapital skal sektoren åbne sine aktiviteter for et bredere publikum og udvide sit lokale netværk.

Desværre kan de interviewede ikke svare på spørgsmålet om gruppens homogenitet. På spørgsmålet om, hvilke andre deltagere, der var en del af gruppen, svarede de alle "amatørmusikere".

Motiveringen til at deltage i disse aktiviteter synes mere individuelt orienteret end socialt orienteret. De vigtigste motivationer er tilfredsheden ved at skabe (42 % enige om en meget høj grad, 33 % i høj grad), og den større følelse af tillid og opmuntring (42 % i meget høj grad, 43 % i høj grad). På et socialt niveau var et mindre antal motiveret til at hjælpe andre (27 % hverken meget eller lidt, 16 % i ringe grad og 3 % i meget begrænset grad) og til at møde mennesker, som de normalt ikke ville møde (31 % hverken meget eller lidt, 6 % i ringe grad og 3 % i meget begrænset grad).

Disse mål er blevet bekræftet i interviewene af læringsudbyderne, for hvem disse aktiviteter foregår i en læringsatmosfære. De er ikke nødvendigvis samskabende. Det meste af undervisningen kommer fra læringsudbyderen, og derfor er der få interaktioner mellem deltagere. Læringsudbyderne nævner det heller selv i resultatet. Resultaterne af deltageres svar på netværksdannelse er også begrænset: De interviewede mener, at de fleste af dem allerede kender hinanden. Det vigtigste resultat, som læringsudbyderne nævner, er, at deltagerne opnår viden. De interviewede kursusdeltagere deltog i musikrelaterede aktiviteter (amatørsymfoniorkester, amatørband og amatørkor). De vigtigste mål var at lære og at blive en bedre musiker.



Figur 2: Hvad var din primære motivation til at deltage i de kreative aktiviteter? (Danmark)

Alligevel var deltagerne enige om aktiviteternes "sociale" atmosfære, selv om det ikke var deres motivation. De oplevede en venlig atmosfære (68 % svarede i meget høj grad, 22 % var enige om i nogen grad) Den blev udviklet ved fælles hjælp, når det var nødvendigt mellem deltagerne (44 % svarede i meget høj grad, 42 % var enige om i nogen grad). Deltagerne var derfor uenige i at oplevelsen foregik i en konkurrencemæssig atmosfære (32 % var uenige i nogen grad uenige, 22 % var meget uenige).

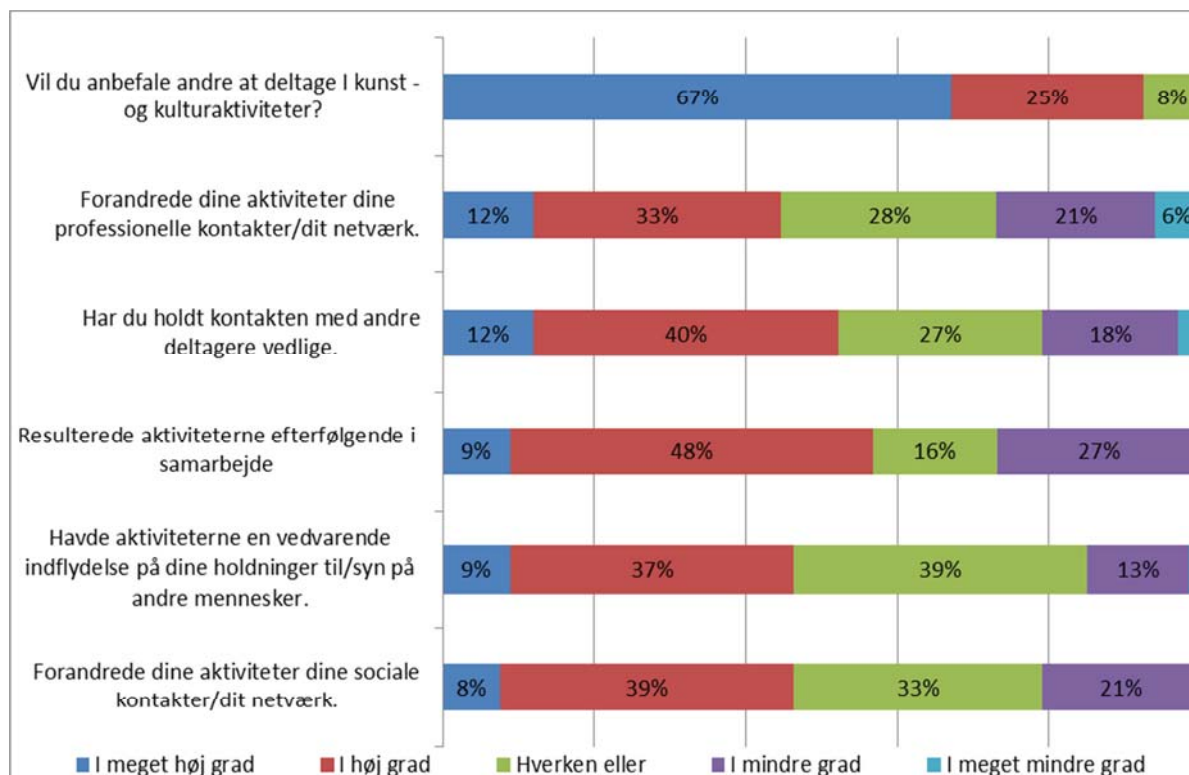
Denne sociale atmosfære beskrives af interessenterne, som at deltagerne var "meget hurtige at lære hinanden at kende" og "meget åbne". Den generelle åbenhed beskrives af læringsudbyderne. Deltagerne er enten åbne for at lære, at være "meget klar til at lære nye ting" eller have "stor interesse for at lære fra professionelle ledere". De er også åbne over for andre deltagere, "der er stor interesse for at udveksle ideer med andre". Samlet set har deltagerne forventet at have opnået alle de foreslåede kategorier: Viden og færdigheder, nydelse og rekreation, tilføjelse til lykke, støtte til selvværd, etablering af nye kontakter, møde mennesker med forskellig baggrund og erhvervs erfaring. De var især enige om, at aktiviteterne gjorde det muligt for dem at møde mennesker, de ikke ville have mødt ellers (24 % i meget høj grad, 65 % i høj grad).

To af læringsudbyderne har også citeret den sociale relevans af disse aktiviteter samt nødvendigheden af at opbygge tillid og solidaritet, for at aktiviteten skal være vellykket. Den samme idé er blevet beskrevet af kursUSDeltagerne (fx tilliden til at stole på en

anden i et band). For elever er denne sociale gevinst stadig sekundær i aktiviteten, det sker i pauserne, hvor deltagerne kan tale.

Ifølge undersøgelsen skabte aktiviteterne ikke varige forhold for de fleste mennesker. Mindre end halvdelen af deltagerne følte positive virkninger på deres sociale netværk (7 % i meget høj grad, 39 % i høj grad) og faglige netværk (12 % i meget høj grad, 33 % i høj grad). Nogle mennesker var i kontakt efter aktiviteterne (9 % i meget høj grad, 48 % i stor grad), lidt mere end halvdelen af dem havde efterfølgende samarbejder (12 % i meget høj grad 40 % i høj grad). Derudover havde aktiviteterne ikke varig indflydelse på deltagerens perspektiver overfor andre mennesker (9 % i meget høj grad, 37 % i høj grad). Efter resultaterne af undersøgelsen ville aktiviteterne ikke have en stor grad af bæredygtighed. Ikke desto mindre kan aktiviteterne betragtes som vellykkede, da næsten alle deltagerne vil anbefale disse (67 % i meget høj grad, 25 % i høj grad).

Denne mangel på langvarig indvirkning på sociale perspektiver og netværk er også synlig i interviews. De fleste interviewpersoner (interessenter, lærere og lærere) undlod at identificere en effekt på de sociale netværk: På spørgsmålet, om aktiviteten ændrede deltagerens sociale netværk, svarede de fleste mennesker ikke, mens andre interviewede var tvivlsomme.



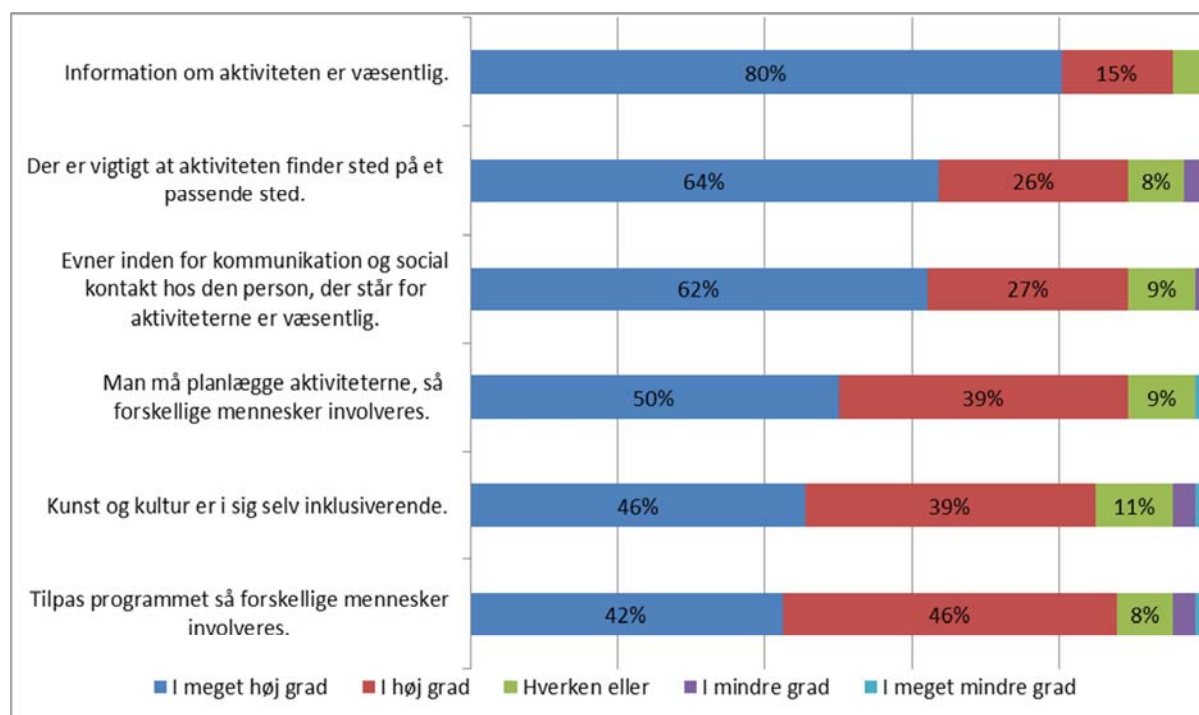
Figur 3: Bæredygtighed (Denmark)

Svaghederne i den sociale værdi af disse aktiviteter identificeres af deltagerne: Det er vist med den relative manglende rolle i kampene med social udstødelse (32 % i stor grad

eller lille grad, 8 % i ringe grad 1 % i meget begrænset grad). Deltagerne er dog enige om, at aktiviteterne har en rolle i forbindelse med styrkelsen af samfundet (61 % i meget høj grad, 33 % i høj grad), styrkelse af tillid og forståelse mellem mennesker (53 % i meget høj grad 38 % til i høj grad), fremme dialog mellem mennesker fra forskellige baggrunde (45 % i meget høj grad, 45 % i høj grad) og støtte social enhed og solidaritet (38 % i meget høj grad, 48 % i høj grad).

I interviewene synes der at være en generel aftale fra læringsudbyderne om, at solidaritet og tillid blandt mennesker er bygget gennem et fælles mål, et fælles mål bygget af læringsudbyderne for at fremme gruppen af deltagere. Tillid ville da være nødvendigt for at arbejde sammen.

Nogle områder skal valoriseres i henhold til deltagerne. Fremme af aktiviteten i forskellige lokalsamfund er afgørende for dem (80 % i meget høj grad, 15 % i høj grad) samt kommunikationen og sociale færdigheder hos den person, der leder aktiviteten (62 % svarer i meget høj grad, 27 % i høj grad) og et passende sted eller plads til aktiviteten (64 % i meget høj grad, 26 % i høj grad). Selv om det ikke er placeret så højt, var planlægningen af aktiviteten (50 % i meget høj grad, 39 % i høj grad) og tilpasningen af programmet, så forskellige mennesker føler sig inkluderet (42 % i meget høj grad, i alt væsentlighed 46 %) kan stadig betragtes som vigtige faktorer for at gøre en kreativ aktivitet succesrig for at samle folk fra forskellige baggrunde.



Figur 4: Hvilke aspekter er nyttige for at det skal lykkedes via en kreativ aktivitet at samle mennesker fra forskellige baggrunde? (Danmark)

Ifølge deltagerne er den største udfordring ved at organisere disse aktiviteter afhængig af læringsudbydernes kommunikationsfærdigheder.

Adgang er en af de største bekymringer. Inden lærerudbydere skal anerkende, at der er forskellige kultur og være i stand til at tale forskellige "sprog". En af læringsudbyderne nævnte, hvordan dette afgørende behov for kommunikation bliver forhindret af manglende finansiering: de har brug for flere medarbejdere til at tage sig af dette aspekt. Den danske tendens bekræfter, at en social atmosfære (hjælp, diskussioner, ingen konkurrence) i sidste ende har en indvirkning på sociale og faglige netværk.

Undersøgelsen viser den opfattelse blandt de mennesker, der deltager i disse aktiviteter, de bygger bro mellem forskellige uddannelsesniveauer og sociale grupper. De deltager i ringe grad i brud på social kapital. Alligevel forbliver de snæversynede når det drejer sig om at bygge bro mellem folk fra forskellige lokaliseringer (interregional læring) og kulturer (interkulturelle). Interviewene med de kursusdeltagere viste, at aktiviteterne ofte fokuserer på et eller to aspekter af brobygning. To af de tre interviewede deltog i et projekt, var brobyggere i forskellige grupper: En i et orkester, der blander voksne og børn, den anden med skolebørn fra lavere klasser (spiller for dem og underviser i et instrument). Disse aktiviteter havde en stor effekt på læring og på at motivere børnene til begge projekter. Samskabelse kan fremme kreativitet og læring. De kan være et alternativ til klassiske og mindre tilgængelige læringsmåder.

Disse grænser er ikke nødvendigvis repræsenteret i de kvalitative undersøgelser. En af læringsudbydere nævnte en interkulturel brobygning via en aktivitet, der samler flygtninge, der spiller med danske musikere. Resultatet for målgruppen var en bedre integrering. Under aktiviteten havde de tid til at diskutere og spise sammen med de andre musikere. Det var tilsyneladende en succes, målgruppen bad om at gentage det. De planlagte resultater af disse aktiviteter er personlige: Enten med hensyn til viden eller til færdigheder. Deltagernes ikke-planlagte resultater er socialt relaterede: De udvide deres netværk, møder folk, de ikke ville have mødt ellers. Fra interessentperspektivet er målet mere konkret. I interviewene nævnte de kun resultatet med hensyn til yderligere deltagelse. De antager, at disse aktiviteter også har sociale virkninger, selvom de ikke er de vigtigste mål ("Jeg betragter social virkning som en sidegevinst"), da deltagerne ville møde nye mennesker og muligvis udvide deres netværk. For de danske interessenter, der blev interviewet, syntes samskabelse at være et fjernt begreb. De sagde, at de aldrig havde været involveret i et relateret projekt.

2.2 Holland

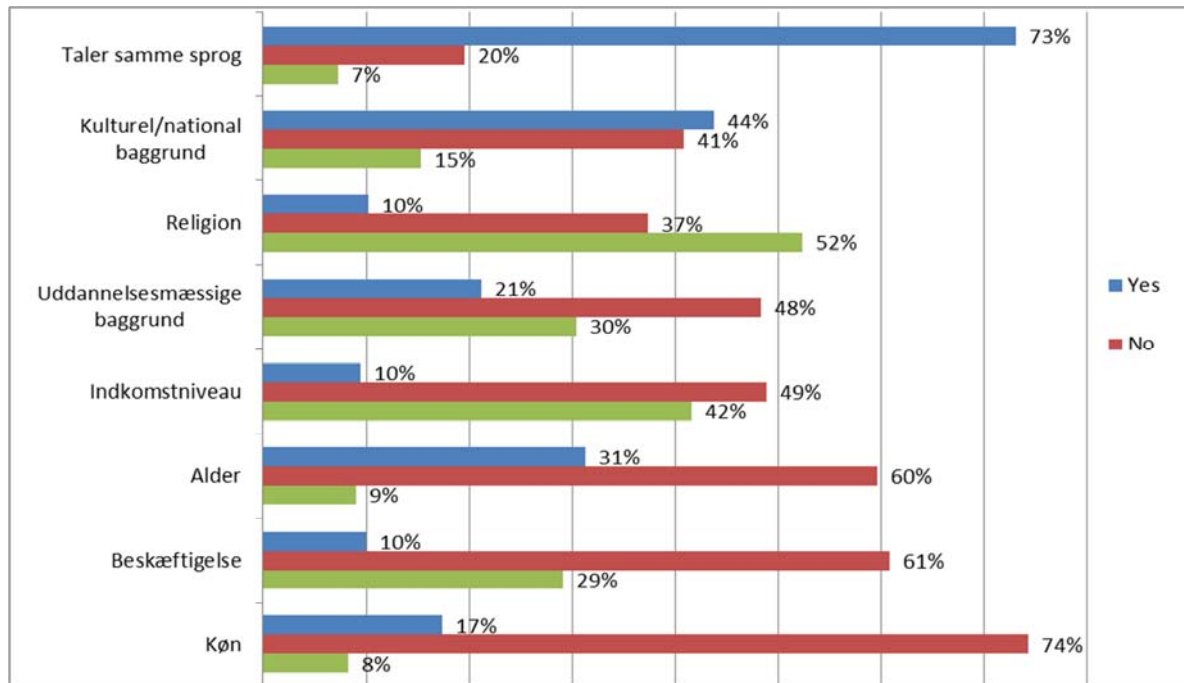
262 personer fra Holland deltog i undersøgelsen. Blandt dem var 65 % kvinder. De fleste respondenter var midaldrende: Enten mellem 50 og 64 (51 %) eller 35 og 49 (26 %). Næsten ingen unge svarede på undersøgelsen: Kun en person mellem 6 og 15, ingen mellem 16 og 24. Derfor var deres kvasi-totalitet enten deltidsarbejde (43 %), fuld tid (24 %) eller selvstændig (36 %). Dataene viser hverken perspektivet af personer i uddannelse (2 %) eller arbejdsløse (2 %). Deltagerne var højtuddannede: 73 % havde en lang videregående uddannelse og 20 % en ph.d. De kreative aktiviteter med størst inddragelse er drama (48 % af respondenterne har været involveret i det), instrumental-musik (47 %) og billedkunst (47 %).

De fleste af de personer, der deltog, havde været arrangører (73 % af deltagerne). Denne undersøgelse afspejler mere arrangørernes perspektiv end de enkle deltagere (40 %). Kun 23 % havde nogensinde deltaget som frivillige. Derfor har de fleste en stor deltagelse i kreative arrangementer: 38 % kom til mere end 10 arrangementer i det forløbne år. De er også vidende om de kulturelle aktiviteter i deres område: De fleste (33 %) kunne have deltaget i mere end 30 kreative aktiviteter i deres lokalområde. Da det hovedsageligt er fagfolk, er deltagerne integreret i kulturelle netværk: 70 % har deres oplysninger om aktiviteter fra arrangører, 82 % fra kulturinstitutioner, 68 % fra deres faglige netværk og 72 % fra internettet. Respondenterne til denne undersøgelse var for det meste midaldrende, højtuddannede, kulturelle fagfolk. Disse mennesker har en stor kulturaktivitet, de er en del af kultursektoren og er dermed bevidste om begivenhederne.

Resultaterne af undersøgelsen viser, at deltagerne i kreative aktiviteter opfattes som heterogene. Deltagerne er forskellige i alder (forskellig for 60 %), køn (forskellig for 74 %), religion (forskellig for 37 %, 52 % usikker), beskæftigelse (for 61 %), uddannelsesmæssig baggrund (48 %, 30 % usikker) og indkomstniveau (for 48 %, usikker på 42 %). Dette er i modstrid med vores tidligere data. Selv om arrangørerne tilhører en homogen gruppe (højtuddannede kvinder, midaldrende); er deltagerne i aktiviteten mere forskelligartede. Men de tilhører samme sproggruppe (for 73 %) og har færre forskelle på den kulturelle / nationale baggrund (44 % svarende har samme).

Interviewene afslører forskellige sider. Heterogeniteten i sammensætningen af grupperne varierer med hensyn til de foreslåede aktiviteter. Nogle af deltagerne nævnte den samme sammensætning, en flamencodanser præsenterede sin dansegruppe som højtuddannede i en alder af 30 til 60", en korsanger sagde, at hans gruppe er "højtuddannet, har indkomst over gennemsnittet, og har en ens interesse i klassisk musik og

kunst generelt ". En anden danselærer nævner endog, hvordan heterogenitet i danseuddannelsens baggrund vil fremme læring:



Figur 5: Tænker på deltagerne i de kreative aktiviteter, er de fleste af dem af samme slags ... (Holland)

"Hollandske kursusedtagere modtager en rimelig traditionel uddannelse på danseakademierne, mens udenlandske kursusedtagere generelt er mere fortrolige med moderne og konceptuelle danseudtryk. Disse forskelle virker stimulerende."

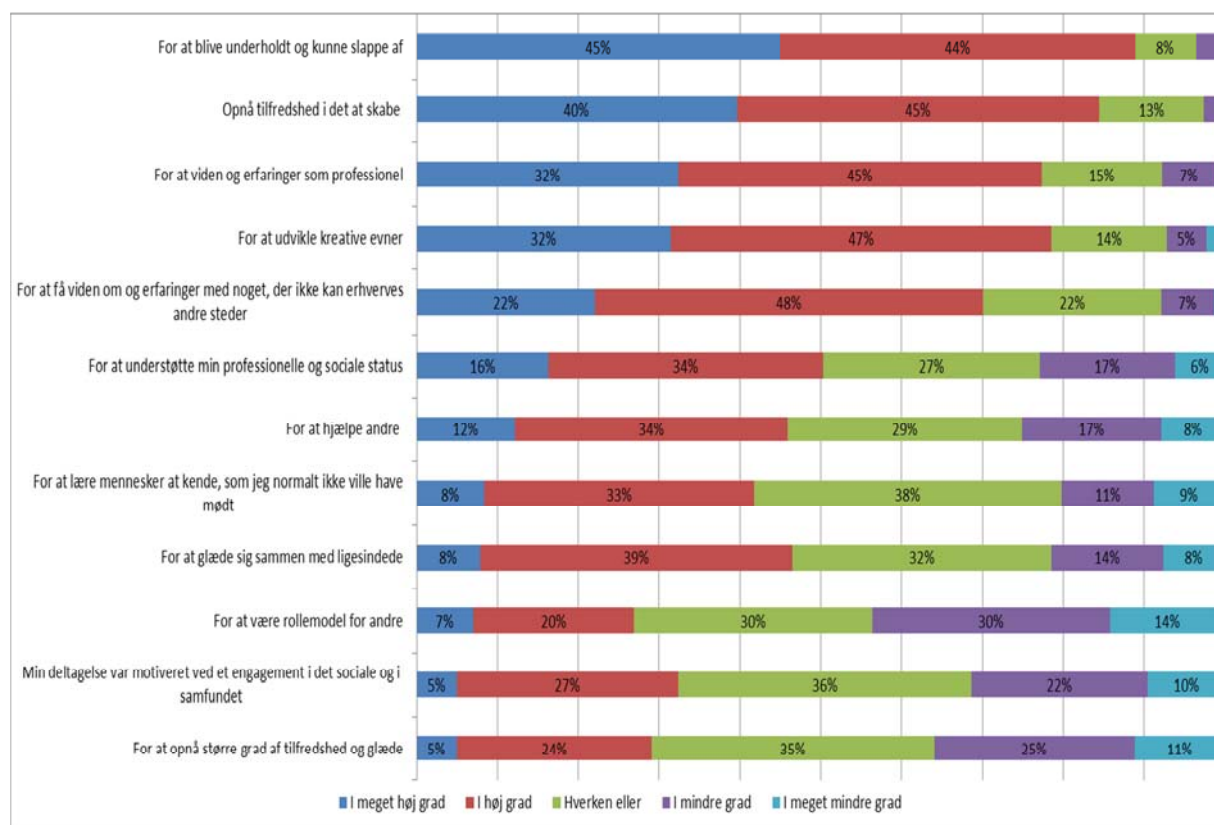
De interviewede interessenter udtrykte, at et af deres mål ville være at bygge bro mellem forskellige grupper af mennesker. Den kunstneriske direktør for "Musikgenerationer" (et intergenerationelt talentudviklingsprogram) nævnte, hvordan hendes festival bygger bro mellem generationer af elever og ældre mennesker:

"Mine projekter er altid fokuseret på at samle mennesker fra forskellige generationer og - hvor det er muligt - fra forskellige kulturelle baggrunde. Dette er grundlaget for alle projekter, jeg igangsætter. "

Gruppens sammensætning ændrer sig, hvis aktivitetsformålet simpelthen handler om at lære, eller hvis målet om brobygning udføres af arrangørerne.

Motiveringen til at deltage i aktiviteterne er mere personlig, ifølge undersøgelsen. Til dette spørgsmål var de kategorier, der havde flest svar, gevinsten af kreative evner (31 % sagde i meget høj grad 47 % i høj grad) til nydelse og rekreation (45 % i meget høj

grad 44 % til i høj grad) for at opnå tilfredshed med at skabe (40 % i meget høj grad, 45 % i høj grad). Følgelig er de sociale motivationer mindre vigtige for deltagerne i undersøgelsen: Som en rollemodel for de andre (29 % svarede i ringe grad 14 % i meget ringe grad), et socialt/samfundsmæssigt engagement (22 % til i ringe grad, 10 % i meget begrænset grad).



Figur 6: Hvad var din primære motivation til at deltage i kreative aktiviteter? (Holland)

De samme motivationer fremgår af interviewene med kursusedtagerne. Deres største bekymring er at blive bedre i den valgte aktivitet. Korsangeren i interviewet: "Jeg tilmeldte mig koret på grund af den musikalske og vokale udfordring" og danseren sagde, at "[...] det handler primært om min egen udvikling: Jeg vil blive bedre selv".

Det nævnes også af nogle læringsudbydere som hovedmål for deres aktivitet, lærerne fokuserer først på uddannelsen. En danselærer erklærede: "Mens gruppen af kursusedtagere er forskellig af baggrund og nationalitet, forfølger de samme mål: At blive danser i et professionelt teater for moderne dans."

Det sociale formål med en kreativ aktivitet virker sekundær i et læringsmiljø. Men når aktiviteterne er mindre opdelt i lærer/elever, er sociale motivationer vigtigere. En lærer,

klaver akkompagnatør på et plejehjem for ældre med demens, beskrev en mere social kreativ aktivitet, da det drejer sig om at tage vare på ældre mennesker: de har ikke interesse for at lære; aktiviteten hjælper dem med at slappe af.

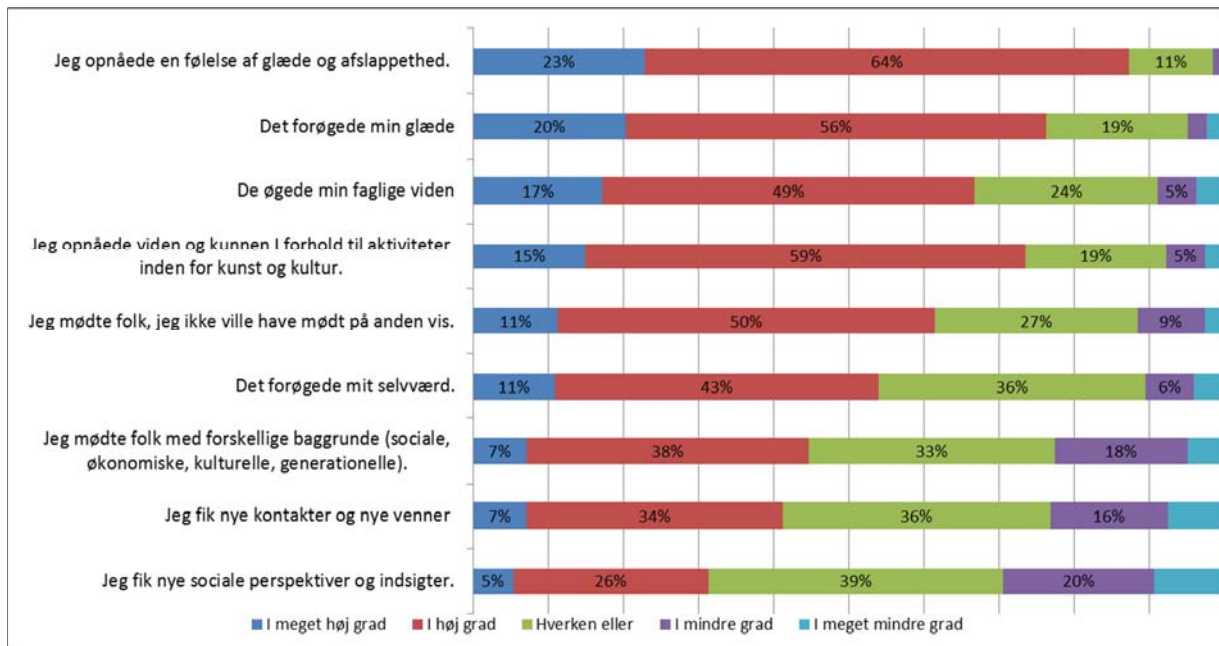
Aktiviteternes sociale atmosfære er generelt god. Deltagerne beskrev deres aktiviteter så godt forberedt og organiseret (16 % svarede kraftigt, 69 % svarede noget), i en venlig atmosfære (24 % svarede stærkt, 63 % var enige om noget), i en atmosfære af støtte og solidaritet (23 % aftalt stærkt, 58 % aftalt noget). De havde meget udveksling mellem deltagerne (11 % svarede stærkt, 62 % var enige om noget). Derfor var de uenige med beskrivelsen af aktiviteten som samtidig, atmosfæren var ikke konkurrencedygtig (42 % var uenige i forhold til, at 15 % var uenige stærkt) eller stram (44 % var uenige i noget, 37 % var uenige).

Denne sociale atmosfære beskrives også i interviewene. Eksempelvis understregede klaverakkompagnatøren i et plejehjem effekten af kreative aktiviteter på folk og atmosfæren:

"Aktiviteterne foregår i en varm, omsorgsfuld og afslappet atmosfære [...] på de dage, hvor denne aktivitet foregår, er beboere roligere og lykkeligere."

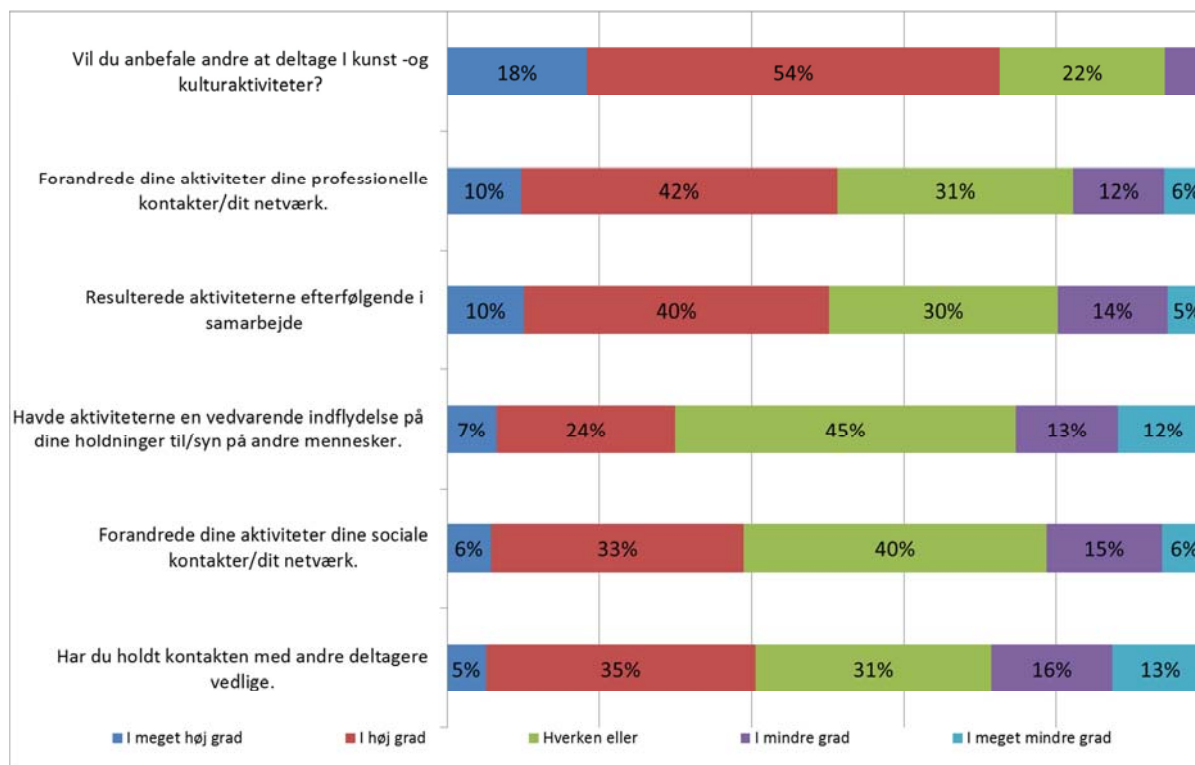
En anden interviewperson (korsanger) nævnte en tur, han lavede med sit kor i Brasilien. Denne fælles erfaring skete i en venlig atmosfære for at forene gruppen af sangere. Denne sociale atmosfære skal konstrueres af arrangørerne. Den kunstneriske leder af Music Generations forklarede, hvordan det hjælper med at fremme kreativiteten: "Atmosfæren mellem deltagerne er god, nogle gange har vi brugt for lidt opstartstid. [...] Dette skaber grundlag for en fælles præstation ". Ud over formålet med at gøre læring lettere synes den sociale atmosfære ikke at være værdsat i interviews.

Aktiviteternes gevinster er forbundet med motivationen. De fleste af deltagerne oplevede mere personlige end sociale gevinster fra aktiviteterne, ligesom motiverne. De vigtigste gevinster er viden og færdigheder (15 % svarede i meget høj grad, 59 % i høj grad), en følelse af nydelse og rekreation (23 % i meget høj grad, 64 % i høj grad) og en følelse af lykke (20 % i meget høj grad, 56 % i høj grad). Kun et omtrentligt gennemsnit på 40 % til 50 % svarede i meget høj grad eller i høj grad med hensyn til de sociale gevinster, som aktiviteten kunne have haft. For eksempel fik kun få personer nye sociale perspektiver og indsigter (5 % svarede i meget høj grad og 26 % i høj grad). Alligevel gjorde aktiviteterne det muligt for deltagerne at udvikle deres erhvervserfaring (17 % i meget høj grad, 49 % i høj grad).



Figur 7: Hvad opnåede du ved disse aktiviteter? (Holland)

Interviewene viser, at gruppearbejde skaber viden og deltagere, så de nemmere kan lære. Det giver alternative læringsmåder, som det er beskrevet af en musiklærer: "Du kan bevidst lege med det ved at kræve den samme rytme fra alle eller ved at give mulighed for at spille solo". Et par interviews viste imidlertid udviklingen af netværk som en potentiel gevinst for aktiviteterne. De fleste af dem var fokuseret på uddannelse og læring. Den kunstneriske leder af "Musikgenerationer" oplevede en ændring i deltagernes sociale netværk efter deres samarbejde med andre generationer: "Mange kursusdeltagere får ambitioner om at gå videre til en videregående uddannelse. 70 % af deltagerne vil være opfølgende med hensyn til sociale netværk".



Figur 8: Bæredygtighed (Holland)

Men bæredygtigheden af de relationer, der skabes gennem aktiviteterne, er ret kort. De fleste mennesker erklærede, at aktiviteten ikke havde skabt vedvarende kontakter mellem deltagerne, kun få var i kontakt (5 % svarede i meget høj grad 35 % i høj grad). Der var få konsekvenser med hensyn til at ændre deres sociale netværk (40 % svarede hverken i høj eller mindre grad, 15 % i ringe grad, 6 % i meget ringe grad) og deres professionelle netværker (31 % til hverken en høj eller mindre grad, 12 % i mindre grad, 6 % i meget begrænset grad). Interviewerne nævnte ikke varige forhold efter deres engagement.

Paradoksalt nok nævnes den sociale værdi kraftigt i undersøgelsens resultater. Deltagerne sagde, at aktiviteterne bidrager til at styrke et samfund (39 % i meget høj grad, 49 % i høj grad), at de styrker forståelsen og tilliden mellem mennesker (31 % i meget høj grad 50 % i høj grad). Resultaterne er de laveste, dog relativt store, på solidaritet (21 % i meget høj grad 44 % i høj grad) og bekæmpelse af social udstødelse (23 % i meget høj grad, 35 % i høj grad).

Disse data svarer ikke til dem, der er indsamlet i de kvalitative interviews. Ikke desto mindre fremgår de kreative aktiviteter sociale rolle i også i nogle af interviewene. Den

socialle rolle synes at være en voksende bekymring, set i forbindelse med indvandrersituationen. Direktøren for "International Koorbiennale Harlem" fortalte, hvordan de ville medtage migranter i deres festival. Interessenterne er bevidste om, hvilken rolle deres aktiviteter har i samfundet: "Vi skal være på farten, i vores multikulturelle samfund, men vi skal også holde fast i festivalens egen identitet".

Undersøgelsen viser, at de vigtigste aspekter med henblik på at gøre aktiviteten vellykket som brobygger mellem forskellige mennesker er planlægningen (26 % svarede meget enig, 59 % svarede enige), tilpasningen af programmet til forskellige mennesker (22 % svarede meget enig, 59 % svarede til dels enig), aktivitetslederens kommunikation og sociale færdigheder (45 % svarede meget enig, 44 % svarede til dels enig), samt fremme af aktiviteten (36 % svarede meget enig, 52 % til dels enig) og fundet et passende sted for det (33 % svarede meget enig, 56 % til dels enig). Derfor er de kreative aktiviteter mindre betragtet som inklusiv som sådan (kun 16 % meget enig, at det var inkluderende, 37 % var til dels enig).

I modsætning hertil mener interviewerne, at de kreative aktiviteter er inkluderende. For eksempel udtalte en interviewperson sig om at synge "Sang skaber forbindelse mellem folk; folk kan opleve en strømning, når man synger sammen, sker der noget". Inklusiviteten her ligner et sekundært mål i forhold til den kunstneriske. Kunsten ville være inkluderende selv, organisatorens rolle er ikke social. For eksempel er læringsudbyderen, som er en klaverakkompagnatør, den sociale rolle for publikum. For danselæreren i "ARTEz Arnhem" afhænger brobygningen primært af læringsmiljøet. For at få en vellykket begivenhed nævner nogle interviewpersoner også planlægning og tilpasning af programmet uden at give et præcist eksempel på det. Alligevel foreslog de et vist rum for forbedring og nødvendigheden af flere frivillige, og flere midler eller mere anerkendelse.

Den hollandske model viser, at motivationerne spiller en stor rolle. Enhver kreativ aktivitet skaber ikke nødvendigvis en social forandring, hvis hovedmålet er at lære af institutionen. Trenden i undersøgelsen (tro på en social forandring, relationernes bæredygtighed) afspejles ikke nødvendigvis i interviews: Uden en ordentlig investering i organisatorernes sociale handlinger forbliver læringen en top-down-tilgang fra læreren til kursusedtageren. Inkludering af forskellige grupper kan ikke opsummeres som adgang til kulturaktivitet. For bygge bro mellem forskellige grupper skal arrangørerne tillade en fælles deltagelse og definere et fælles mål.

2.3 Polen

60 personer deltog i undersøgelsen. Blandt disse var et flertal kvinder (70 %). Ifølge svarene deltager et flertal af unge voksne og midaldrende personer i kreative aktiviteter: De fleste er enten mellem 25 og 34 (37 %) eller mellem 35 og 49 (30 %). De er højtuddannede: 57 % af dem har afsluttet universitetet, 22 % har en ph.d. De fleste arbejder fuldtids (59 %). De mest almindelige kreative aktiviteter i Polen er den multikulturelle form (33 % af deltagerne var involveret i det) og håndværk (32 %). Alle de øvrige aktiviteter deltager i et omtrentligt gennemsnit på 16 %.

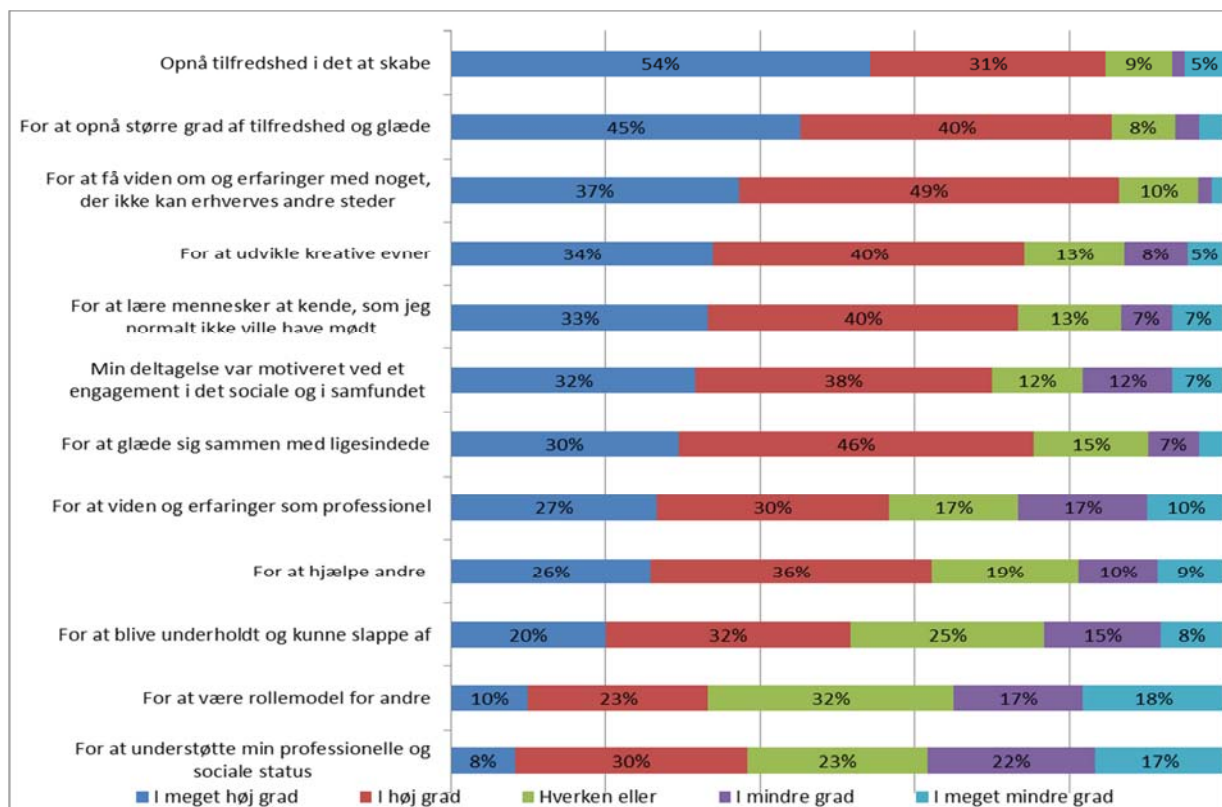
De, der deltog i spørgeskemaundersøgelsen, er primært involveret som deltagere (57 %) eller arrangører (53 %) i aktiviteter. De har ikke været involveret i mange af disse aktiviteter året før: Et flertal deltog i 1 til 3 aktiviteter (55 %) eller 4 til 6 (28 %). Der var kun få aktiviteter, som deltagerne var opmærksomme på, at de kunne have deltaget i året før, da 53 % kun kendte til omkring 1 til 5 aktiviteter (og gradvist faldende). Netværk er de mindst populære måder at få viden om disse aktiviteter på. For at høre om dem var deltagerne mest på internettet (75 %), hørte det deres familier (60 %), fra arrangørerne (55 %), fra kulturinstitutionerne (50 %) og hos andre ngo'er (50 %).

Alligevel opfattede de, at publikum i de aktiviteter, de var involveret i, bestod af forskellige erhverv (for 57 %, 41 % var usikre), uddannelsesmæssig baggrund (49 %, 43 % var usikre), køn (71 %, 19 % var usikre) og indkomstniveau (for 47 %, 50 % var usikre). I modsætning hertil opfattede de gruppen som homogen på kulturelt, national (63 %) og sprogligt (67 %) niveau.

Homogeniteten med hensyn til kultur og national baggrund og sprog er ikke bekræftet i interviewene. Tværtimod nævnte læringsudbydere ved flere lejligheder, hvordan deres målgruppe er bred, herunder ikke kun lokalbefolkningen, men også turister. Interessenterne havde samme position, de ville skabe arrangementer "åbne for alle". Dette paradoks mellem målgruppe og opfattet gruppe kan forklares af kampen for at bygge bro mellem forskellige nationale grupper. Læringsudbydere beskrev dette mulige problem: "Nogle deltagere foretrak at bruge tid i deres nationale gruppe i stedet for at integrere med de andre". Det er også blevet udtrykt af elever med sproglige barrierer, da dette kan hindre samskabelse. En af interviewerne gav et eksempel på, hvordan arrangørerne forsøgte at overvinde disse opdelinger ved ikke at adskille grupperne og ved at tolke.

De vigtigste motivationer til at deltage i de nævnte kreative aktiviteter var nydelse og rekreation (45 % i meget høj grad, 40 % i høj grad) og for at opnå tilfredshed i forbindelse med at skabe (54 % i meget høj grad, 30 % i høj grad). Desuden følelsen af

social/samfundsmæssigt engagement (32 % i meget høj grad 38 % i høj grad) samt møde mennesker, de normalt ikke ville have mødt (33 % i meget høj grad, 40 % i høj grad). Deltagerne nævner også personlige grunde: At opnå kreative færdigheder, nydelse og rekreation, opnå tilfredshed med at lære. De vigtigste mål er enten sociale eller personlige. Begrundelsen for faglige aspekter er forholdsvis lav i forhold til de andre. Kun få personer blev motiveret ved at erhverve faglig viden og erfaring (27 % i meget høj grad, 30 % i høj grad) og ved at støtte deres faglige og sociale status (8 % i meget høj grad, 30 % i høj grad).

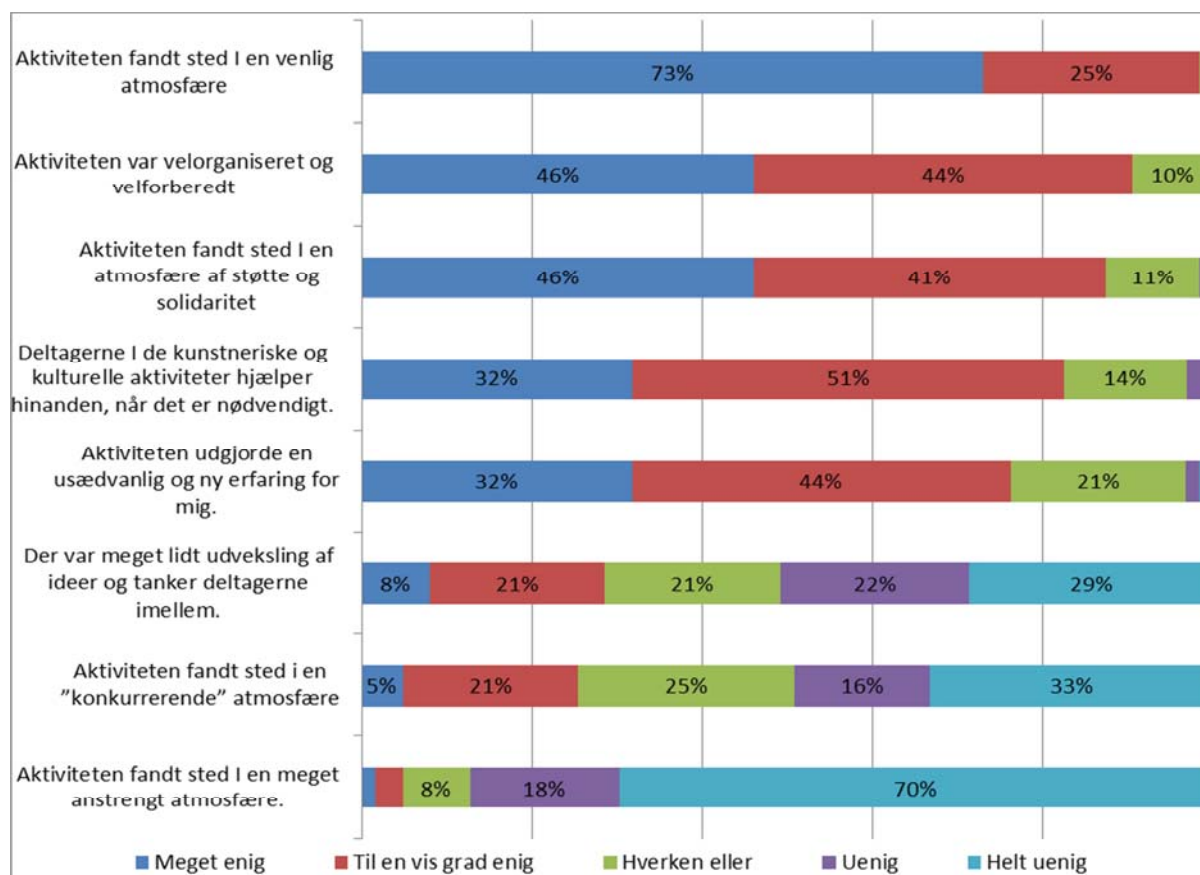


Figur 9: Hvad var din primære motivation til at deltage i de kreative aktiviteter? (Polen)

Interviewene afspejler også denne åbenhed. For elever er kreative aktiviteter en måde at dele deres traditioner og kultur på, for at "øge kulturel bevidsthed". At man er åben, kan også forklares ved, at disse aktiviteter undertiden udføres i udlandet. En af de interviewede deltog i en teatersommerlejr i Kirgisistan, en anden i et værksted med flygtninge i Spanien. Udviklingen af netværk nævnes også af alle de polske interessenter, der er interviewet, som et af målene. I den forstand skaber kreative aktiviteter, som nævnt af interviewererne, social kapital. Mere end dette er fremme af en differentieret forståelse for Polen også til stede i lærerudbydernes diskurs. Flere gange nævner de, hvordan de vil være med til "at bryde stereotyperne om Polen". Deltagelse i samskabelsesaktiviteter er motiveret ved at udveksle forskellige kulturer (ofte fokuseret på nationale kulturer i

disse interviews) og samtidig fremme sin egen. De faglige motivationer er ikke så fraværende som i undersøgelseerne. Også de findes hovedsagelig for personer, der arbejder i sektoren. For eksempel talte en af de interviewede om de internationale kunstneriske boliger, som han/hun organiserer i Bielsko-Biala: For kunstnerne er det en mulighed for at udgøre deres netværk og at finde ny inspiration "ved at arbejde et andet sted". Men disse faglige motivationer er fraværende hos de fleste af de interviewede, de er primært motiveret af sociale og kulturelle grunde. Kun en af de elever, som præsenterer sig som en kunstner, der var uddannet fra Fine Arts Academy, sagde, at han/hun blev motiveret ved at lære nye teknikker og brug af materialer.

Undersøgelsen viser, at den kreative aktivitet fandt sted i en venlig atmosfære (73 % var meget enige, 25 % i høj grad), hvor deltagerne hjalp hinanden (32 % i meget høj grad 51 % i høj grad). Deltagerne mente ikke, at aktiviteten foregik i en streng atmosfære (17 % var uenige i nogen grad, 69 % var uenige). For en lille del af respondenterne var der ringe interaktion (8 % i meget høj grad, 21 % i høj grad) og en konkurrencedygtig atmosfære (5 % i meget høj grad 21 % i høj grad).



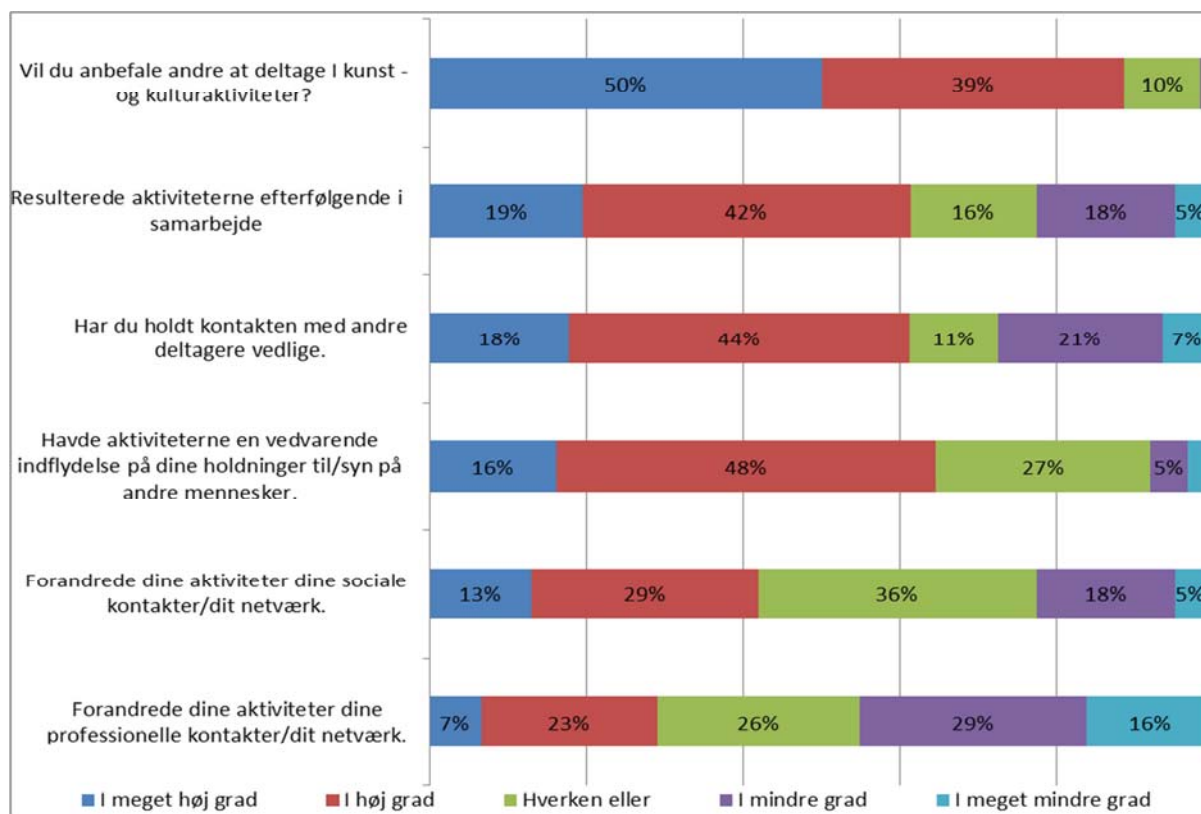
Figur 10: Hvordan ville du beskrive de erfaringer, du har gjort i de kreative aktiviteter? (Polen)

Denne generelle sociale atmosfære er også beskrevet under interviewene. For eksempel skaber Slot Art (alternativ kulturfestival i Polen), hvor en af de kursusedtagere deltog, en "landsby" for deltagerne, hvor de bor sammen under arrangementet. En anden interviewperson talte om isbryder aktiviteter planlagt af arrangørerne for at skabe denne atmosfære. Læringsudbyderne beskrev denne generelle atmosfære som en af deres missioner: "Atmosfæren er noget, du skal arbejde sammen om. Det er vigtigt at forberede deltagerne, så de vil samarbejde. Derfor er de første dage afsat til integration". Denne atmosfære forklares også af kursusedtagerne med, at folk ønsker at være der. En af dem beskriver festivalen som "et positivt kaos - i god forstand. Festivalen foregår i ferier, for når der er mere frihed, gør folk, hvad de vil, fordi de vil have det sådan".

Deltagerne i undersøgelsen var enige om, at de har haft mange gevinster ved denne oplevelse, både personlige: Viden og færdigheder (32 % i meget høj grad, 53 % i høj grad), lykke (34 % i meget høj grad 43 % i høj grad), selvværd (23 % i meget høj grad, 34 % i høj grad), nydelse og rekreation (28 % i meget høj grad 41 % i høj grad) samt sociale: Møde med nye mennesker (38 % i meget høj grad, 39 % i høj grad), møde mennesker med en anden baggrund (28 % i meget høj grad, 46 % i høj grad), etablering af nye kontakter (28 % til en meget høj grad, 47 % i høj grad), få socialt perspektiv (23 % i høj grad, 46 % i høj grad). Den eneste mindre gevinst er den faglige erfaring: Kun 16 % svarede at have modtaget det i meget høj grad, 33 % i høj grad.

Dette faglige aspekt er ikke fraværende i interviewene. En kursusedtager i Slotfestivalen talte om disse skabte, faglige relationer: "Der er startet "slotshold", der fortsætter med at arbejde sammen efter festivalen. Som festivalens effekt er der mindre weekendarrangementer arrangeret af faste slotdeltagere i mange byer - såkaldte "Slot Fests" - mellem festivalerne ". De øvrige gevinster er også til stede i interviewene: Kursusedtagerne talte om udvidelse af deres sociale netværk eller endda udvikling af venskaber. Læringsudbyderne citerede abstrakte resultater relateret til viden, til tilskuerne og arrangørerne, "[de] oplever noget eksotisk", de får "berigelse, opgraderet forståelse, lære om det at være anderledes". En af de interviewede lærere opsummerede denne ide som "det at være frivillig udvikler sociale og civile kompetencer". Frivillige udvikler social kapital ved at udfordre samfundets opfattelser og gør det lettere at handle inden for andre kulturelle baggrunde. Disse brede begivenheder har ofte en positiv effekt for arrangørerne, som kan fremme deres organisationer og samarbejde med nye kontakter: Ewa Kozak, en interesseret, der arbejder i Promotion Department of Bielsko-Biala, forklarer, hvordan internationale arrangementer som "FotoArtFestival" og "Partnership Cities" Festivalen tillod udviklingen af Bielsko-Biala og for udsatte kunstnere at møde kunstnere andre steder fra.

Resultaterne vedrørende bæredygtigheden af de udviklede relationer svarer til dem i det foregående spørgsmål. Generelt har disse aktiviteter haft effekt på cirka mere end halvdelen af de personer, der deltog i undersøgelsen: det ændrede perspektivet over for andre mennesker (16 % i meget høj grad, 48 % i høj grad), resulterede i efterfølgende samarbejder (19 % i meget høj grad, 42 % i høj grad), folk var i kontakt efter aktiviteterne (16 % i meget høj grad, 48 % i høj grad). Ikke desto mindre viser resultaterne mindre forandring i deltagernes netværk: Aktiviteten ændrede i ringe grad det faglige netværk (29 %, i mindre grad, 16 % i meget begrænset grad). Det ændrede de sociale netværk (35 % hverken i høj eller mindre grad, 18 % i ringe grad og 5 % i meget begrænset grad).

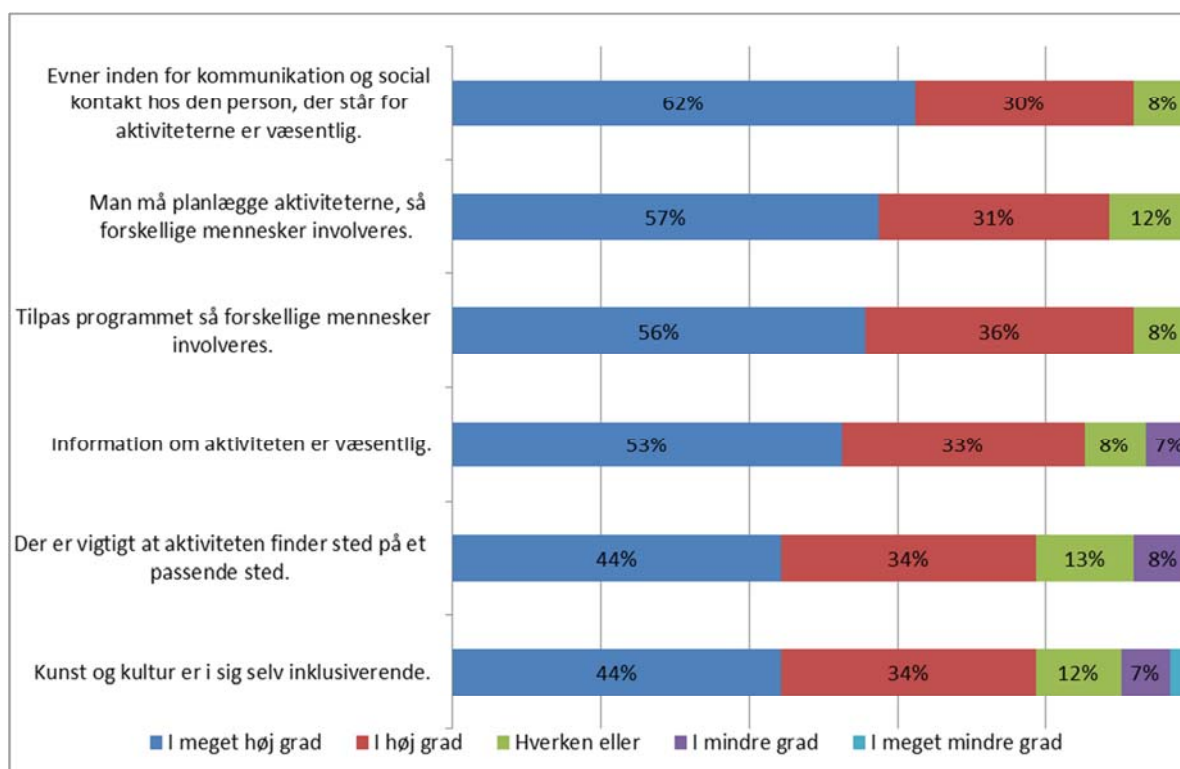


Figur 11: Bæredygtighed (Polen)

Ifølge disse resultater vil aktiviteterne påvirke folks opfattelse, men vil ikke nødvendigvis ændre deres netværker. Planlægningen af "Slot Fests", eller den næste udgave af Slot Festival, vedrører ikke alle deltagere. Interessenterne nævner også relationerne "bæredygtighed" som en af de udfordringer, de står overfor efter projektets afslutning. Fraværet af varige forhold er dog ikke nævnt i interviewene. Alle interviewpersonerne beskrev en effekt af de sociale netværk. Udviklingen af faglige netværk vil være begrænset til de mennesker, der arbejder inden for de områder, hvor de deltager.

Deltagerne i undersøgelsen var enige i den sociale værdi af de kreative aktiviteter, de deltog i (styrkelse af fællesskabet, støtte til socialt fællesskab og solidaritet, bekæmpelse af social udstødelse). De mener især, at aktiviteterne vil styrke forståelsen og tilliden mellem mennesker (38 % i meget stor grad, 49 % i stor grad) og bidrage til at fremme dialogen mellem mennesker fra forskellige baggrunde (36 % i meget stor grad 49 % i stor grad).

Disse aspekter fremgår også af interviewene. Læringsudbyderne beskriver denne sociale værdi som en del af samarbejdet. Samskabelsen kan også bidrage til at løse sociale problemer, for eksempel så deltagerne kan håndtere konflikter, som de overvinder gennem aktiviteten og gennem møder: "Folk har lært nogle holdninger hjemme, og nogle gange bliver det svært. Arrangørerne er til stadighed opmærksomme på udfordringen og parat til at klare det. De kursusdeltagere værdsætter også åbenhed: At lære af hinanden ville ikke være muligt i et konkurrencepræget miljø. En interviewet polsk elev havde erfaringerne med at rejse til udlandet for at være frivillig i en lejr, han/hun gav eksemplet på en manglende opdeling i den spanske flygtningelejr, hvor han/hun deltog i et værksted. Det var en gunstig ramme for at bygge bro mellem folk fra forskellige kulturer.



Figur 12: Hvilke aspekter er nyttige for at gøre en kreativ aktivitet vellykket med hensyn til at samle folk med forskellige baggrunde? (Polen)

Undersøgelsen viser med enstemmighed, at planlægningen af den kreative aktivitet samt tilpasningen af aktiviteten til forskellige mennesker, kommunikation og sociale færdigheder hos den person, der leder aktiviteten og dens fremme, er afgørende for at gøre det vellykket og medtage forskellige mennesker. Den kategori, der fik mindst stemmer, var betydningen af et passende sted (44 % svarede i høj grad, 34 % var enige i mindre grad). Paradoksalt set fandt alle vælgerne den kreative aktivitet inkluderende (44 % svarede meget enig, 34 % var enige).

Læringsudbyderne foreslog tilsvarende kriterier for en vellykket aktivitet. Der er to typer af kriterier: De, der er relateret til kursusedtagerne (åbenhed hos kursusedtagerne og deres vilje til at deltage og udveksle) og dem, der er relateret til arrangørerne (forfremmelse, et netværk af frivillige, der hjælper med kommunikation ("oversættelsesguider"), der har deres eget rum.

I spørgeskemaet har nogen foreslået ideen om at inkludere en slags mægler:

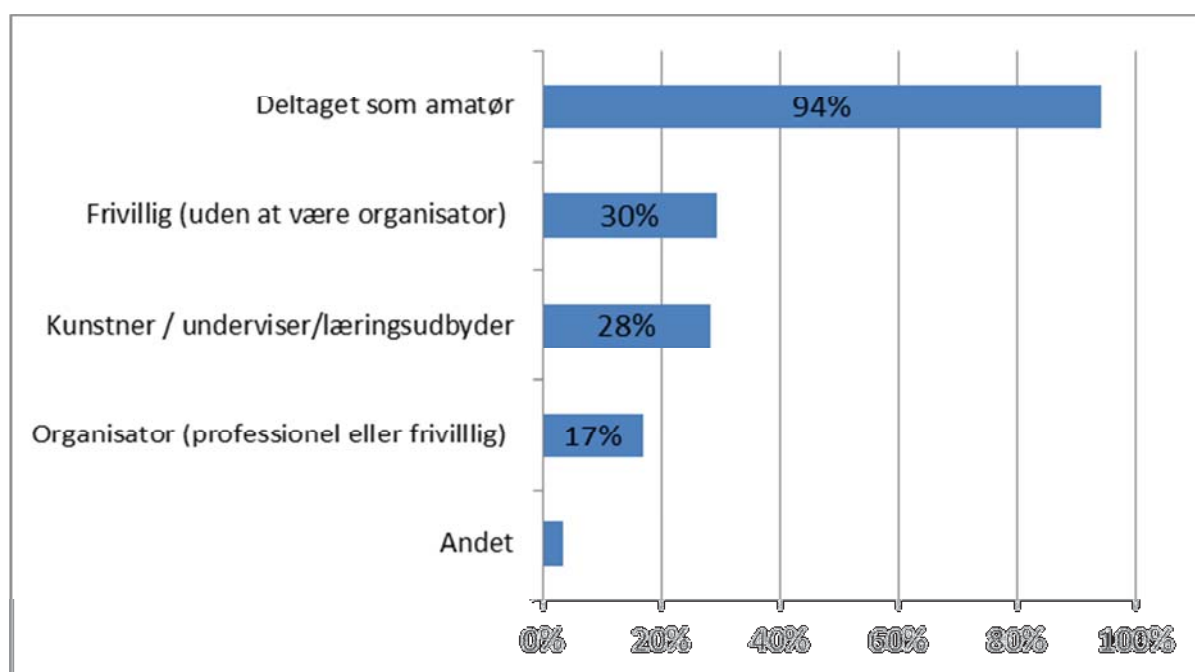
"En person, der kender begge miljøer, og som kan kombinere dem. Det fælles element af interesse er ikke nok. Der skal være en forbindelse i form af en person, der vil "gøde jorden" eller lede klasserne, så de forbinder forskellige miljøer og mennesker, der er indstillet på det. Hvis forskellene er for ekstreme, vil der ikke være noget udbytte fra aktiviteterne. "

2.4 Slovenien

88 personer deltog i undersøgelsen. Blandt dem er flertallet kvinder (70 %). De er for det meste unge mennesker, da de fleste er mellem 16 og 24-årige (52 %) eller unge voksne mellem 25 og 34 år (17 %). På grund af alderen har de fleste kun en ungdomsuddannelse (41 %) eller en grundskoleuddannelse (14 %). På trods af det er de ældre mennesker højtuddannede: 22 % af dem har en højere uddannelse, 15 % har en kort videregående uddannelse. De fleste deltagere i undersøgelsen er stadig i uddannelse (61 %). Mange mennesker er ansat på heltid (17 %). Kun få pensionister deltog i undersøgelsen (2 %).

De kreative aktiviteter, som folk deltager i, er for det meste drama (48 %), dans (41 %), instrumentalmusik (42 %) og sang (36 %). De mindst populære kreative aktiviteter ifølge undersøgelsen er multimedie (3 %) og digital kreativitet (2 %).

Undersøgelsens respondenter var primært involveret som deltagere i aktiviteterne (94 %). Sandsynligvis på grund af de fleste respondents unge alder var kun få involveret som arrangører (17 %), frivillige (30 %), kunstnere/lærere/ læringsudbydere (28 %).



Figur 13: I hvilken rolle har du deltaget (Slovenien)

Undersøgelsen viste lav deltagelse i kreative aktiviteter i løbet af det sidste år. De fleste kom kun en til tre gange (56 %), 24 % kom 4 til 6 gange, 11 % kom 7 til 10 gange og 9 % kom mere end 10 gange. Ifølge de sidste resultater kendte deltagerne ikke de kreative

aktiviteter i deres lokalområde: De fleste kendte omkring 1 til 5 aktiviteter (49 %), derefter faldende igen, 30 % kendte til 6 til 10 aktiviteter, 12 % kendte til 11 til 20 aktiviteter, 2 % kendte til 21-30 aktiviteter og 7 % kendte til mere end 30 aktiviteter. Måderne at høre om disse aktiviteter på virker særligt uformelle blandt dette publikum. Et flertal af dem vidste det fra deres familie og venner (81 %) eller arrangørerne (66 %). Følgelig er de mest specialiserede grupper mindre populære: Kun 3 % blev informeret fra frivillige netværk, 5 % fra professionelle netværk.

Årsagen er nok, at målgruppen består af unge, der stadig er i uddannelse, har en lav kulturaktivitet og hovedsagelig er involveret som deltagere. Respondenterne er mindre involveret i netværk, hverken fra ngo'er, frivillige netværk (som de kun er deltagere i) eller faglige netværk (da de fleste af dem stadig studerer).

Undersøgelsen viser, at respondenterne opfatter deltagerne i den kreative aktivitet som forskellige. Gruppen opfattes som lig med kulturel/national baggrund (56 % har sagt, at de har samme kulturel/national baggrund) og sprog (72 %). Ellers er de forskellige i forhold til køn (61 %), arbejde (62 %), uddannelsesmæssig baggrund (59 %) og indkomstniveau (51 %).

Denne forskellighed nævnes ikke ofte direkte i interviews, en elev talte om, hvordan hans gruppe (G2G) består af folk med forskellig national oprindelse (fra Ex-Jugoslavien for det meste), en anden elev fra "G2G" beskrev gruppen som "ikke homogen", og "sammensættes af folk fra forskellige baggrunde, forskellige nationaliteter, forskellige religioner, forskellige aldersgrupper og forskellige studier og arbejdsmiljøer". Nogle af interessenterne og læringsudbyderne forklarede, hvordan de forsøger at nå så mange forskellige mennesker som muligt. En kulturel leder præsenterede et af sine samskabelsesprojekter (folklore gruppen hedder "Tine Rožanc"), hvor arrangørerne involverer forskellige generationer. En interessent fra litteraturafdelingen i JKSD nævnte projektet "Naboer fra din bakke" (festival for anmeldelser af ikke-professionelle forfattere med offentlige læsninger på modersmål), hvor den primære målgruppe var forfattere fra ex-jugoslaviske lande, før de udvidede til andre nationaliteter og sprog. Ifølge interviews og undersøgelsen synes søgningen efter en stor målgruppe at være vigtig i slovenske kulturaktiviteter. Det afhænger dog stadig af aktivitetsprogrammet.

Deltagerne i undersøgelsen nævnte flere personlige grunde som deres primære motivation til at deltage i de kreative aktiviteter. De vigtigste var at styrke deres kreative evner (65 % svarede i meget høj grad, 28 % i høj grad) for at opnå tilfredshed med at skabe (71 % i meget høj grad 28 % i høj grad) til glæde og rekreation (43 % i meget høj grad,

41 % i høj grad) og at opnå viden og erfaring, der ikke kan opnås andre steder (60 % i meget høj grad, 30 % i høj grad). De sociale motivationer ser ud til at være relativt lave, som det at hjælpe andre (34 % i meget høj grad 37 % i stor grad), nyde selskabet med ligesindede mennesker (35 % i meget høj grad, 45 % i høj grad), eller for at møde folk, de normalt ikke ville møde (43 % i meget høj grad, 42 % i høj grad). De sociale og faglige netværk ser imidlertid ikke ud til at vedrøre de fleste respondenter. Kun få af dem var motiveret til et socialt/samfundsmæssigt engagement (21 % i meget høj grad, 35 % i høj grad) og for at støtte deres faglige og sociale status (14 % i meget høj grad, 25 % i høj grad).

I interviewene er disse personlige årsager ikke nødvendigvis vigtigere end de sociale motiver. De kursusdeltagere beskrev ofte aktiviteten som en hobby, henholdsvis en "aktiv brug af fritid". For en af de interviewede elever er denne ide mere relevant end den sociale motivation: "At møde mennesker er ikke en primær faktor for mig, men jeg søger kendskab til viden og færdigheder". Idéen om en social aktivitet er også beskrevet af de kursusdeltagere. En interviewet, der deltog i en teatergruppe, understregede denne motivation: "For mig er det at være en del af en gruppe en vigtig faktor [...]". Sociale motivationer er ikke nødvendigvis uforenelige med nydelse:

"Min allerførste motivation var at arbejde i en gruppe, hvor min ældre bror allerede var involveret, og min mor var min første mentor. Men også følelsen af at være på scenen er noget, jeg nyder".

Ligesom i undersøgelserne nævnes faglige motivationer ikke af de interviewede (alle de interviewede elever studerer stadig). I undersøgelsen beskrev deltagerne aktiviteten som udført i en venlig atmosfære (47 % svarede i meget høj grad, 45 % i høj grad) med støtte og solidaritet (39 % i meget høj grad, 55 % i høj grad), hvor deltagerne ville hjælpe hinanden om nødvendigt (26 % svarede i meget høj grad, 59 % i høj grad). Efter deres opfattelse var aktiviteten velorganiseret (20 % svarede i meget høj grad, 68 % i nogen grad). Derfor var de uenige med hensyn til ideen om lille udveksling mellem deltagerne (46 % var uenige, 20 % var meget uenige), og at der var en stram atmosfære (42 % var meget uenige, 28 % var uenige).

Disse perspektiver afspejles i interviewene. De interviewede, der deltog i Glej Teatrets projekt "G2G", beskrev gruppens opbygning gennem aktiviteterne:

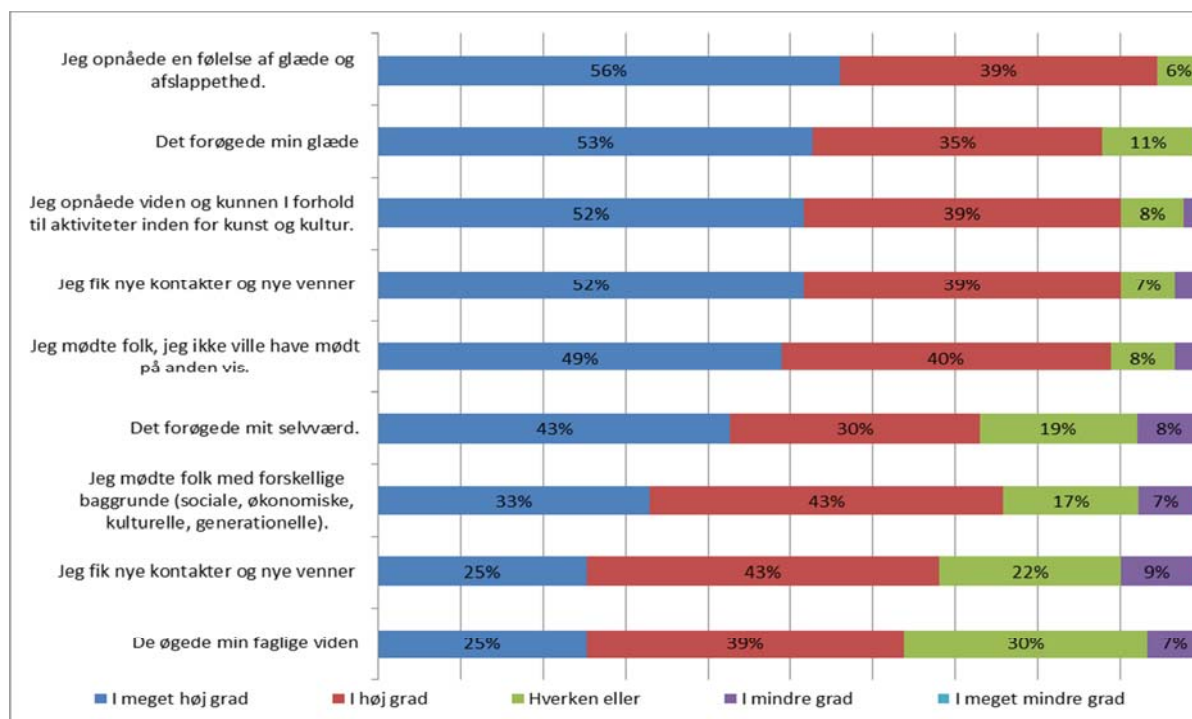
"G2G" havde en positiv effekt på deltagerne (ungdom fra marginaliserede grupper). De personer, der normalt skubbes til side, måtte arbejde i en gruppe. Samarbejde er sket mellem jævnaldrende, der ikke kommer fra samme samfundslag".

Læringsudbyderne fra "G2G" forklarer processen med at opbygge dette samarbejde. For det første gennemførtes isbryderaktiviteter: "Vi startede med sociale spil (Improvisations Theater). "Så du kan føle dig fri. Det er ikke et problem at være i en pinlig situation". Derefter skabte hun et fælles mål gennem fælles beslutningstagning:

"Det er vigtigt for dem at forpligte sig - ikke til et projekt eller overfor en leder, men til en gruppe. Gruppen fungerer som et korrektionsmiljø (selvregulering inden for gruppen). I de afsluttende faser sætter en mentor (med gruppen) deres individuelle stykker til den endelige produktion".

Denne proces beskrives også ud fra de lærernes perspektiv, idet man langsomt åbner op til den anden gennem projektet: "Også kroppens kontakter viser, hvordan gruppedynamikken er ændret - vi er meget mere afslappede i vores kropskontakt".

Deltagerne i undersøgelsen ser mange gevinster i kulturaktiviteterne. De fleste af dem opnåede viden og færdigheder i det kreative fag (52 % i meget høj grad, 38 % i høj grad), en følelse af nydelse og rekreation (56 % i meget høj grad 38 % i høj grad), mere glæde (53 % i meget høj grad, 35 % i høj grad), nye kontakter og nye venner (52 % i meget høj grad 38 % i høj grad) og mødte folk, de ikke ville have mødtes ellers (49 % i meget høj grad, 40 % i høj grad), de øgede min faglige viden (25 % i meget høj grad, 39 % i høj grad, 30 % i hverken eller, 7 % i mindre grad).



Figur 14: Hvad har du fået fra disse kreative aktiviteter? (Slovenien)

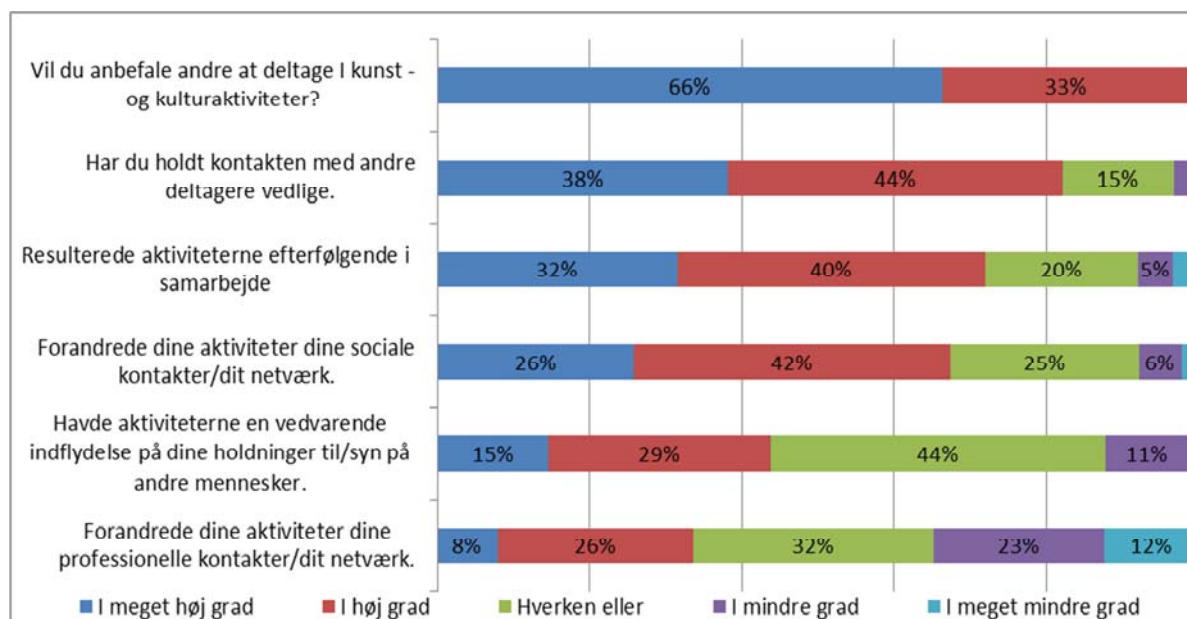
Nogle andre gevinster var ikke så stærkt anerkendt af deltagerne: Forøgelse af selvværd (43 % i meget høj grad, 30 % i høj grad), møder mennesker med forskellige baggrunde (33 % i høj grad 43 % i høj grad), sociale perspektiver og indsigter (25 % i meget høj grad, 43 % i høj grad), tilføje i erhvervserfaringen (25 % i meget høj grad 38 % i høj grad). De personlige gevinster var mere fremtrædende for de fleste mennesker end nogle af de sociale gevinster fra aktiviteterne

De sociale grunde er også til stede i interessenternes diskurser. De forsøger at værdsætte dem, da de forsøger at give folk en plads til at udtrykke sig for at bekræfte sig selv i samfundet: "På et personligt plan får giver det kursUSDeltagere mulighed for selvrealisering." Denne idé fremlægges også af læringsudbydere: "De fik kommunikationsfærdigheder, da de fik plads til at udtrykke sig, udtrykke deres følelser. Det er en frigørende oplevelse at føle sig fri og udtrykke sine følelser på en produktiv måde "såvel som af kursUSDeltagerne:" At være en del af et projekt var vigtigt for forbedring af selvopfattelsen. Nu tror jeg på mig selv. Jeg ser også gruppen som en familie ". At være en del af en fælles gruppe er vigtig. Det fremkalder andre gevinster såsom kommunikationsevner, selvværd, møde mennesker, sociale gevinster, empati, tillid og forståelse. En af de kursUSDeltagere beskrev det som:

"Du får nyt indblik, du forbedrer din empati og du overvinder fordomme. Du møder mennesker fra sociale grupper, der kan være dårlige i den offentlige mening, og du får et nyt perspektiv."

Professionelle gevinster er vanskeligere at skelne i disse interviews, men alle viser en forbedring af de netværk, der kan bruges som et professionelt værktøj. Som sagt af en af interessenterne: "Offentlige oplæsninger er stedet, hvor du har mulighed for at komme i kontakt med andre forfattere, og i dette tilfælde med forfattere fra forskellige nationaliteter, sproggrupper.

Paradoksalt nok er denne effekt på netværk ikke synlig i undersøgelsen. Relativt få mennesker beskrev en varig indflydelse på deres perspektiv overfor andre mennesker (15 % i meget høj grad, 29 % i høj grad) eller på deres faglige netværk (7 % i meget høj grad 26 % i høj grad). Selvom der var flere effekter på de sociale netværk (26 % i meget høj grad, 42 % i høj grad), forblev folk i kontakt (38 % i meget høj grad 44 % i høj grad) og havde efterfølgende samarbejder, aktiviteter (31 % i meget høj grad, 40 % i høj grad).



Figur 15: Bæredygtighed (Slovenien)

At bæredygtigheden af relationerne ikke synes at være en afgørende faktor, kan forklares af den slovenske sektors sammenhæng. Sektoren er mere lokalt baseret, derfor er der færre nye møder. Det svarer dog ikke til interviewene, sandsynligvis på grund af deres fremragende projekter, der ikke afspejler de fleste kreative aktiviteter i Slovenien.

Deltagernes tro på sociale værdier af de kulturelle aktiviteter er stærk. Næsten alle tror, at de kreative aktiviteter kan styrke et samfund (43 % i meget høj grad, 44 % i høj grad), styrke forståelse og tillid mellem mennesker (61 % i meget høj grad, 33 % i høj grad), fremme dialogen mellem mennesker fra forskellige baggrunde (52 % i meget høj grad, 36 % i høj grad) og støtte social enhed og solidaritet (46 % i meget høj grad, 42 % i høj grad).

Idéen om, at kreative aktiviteter styrker et samfund, fremgår af alle interviewene, som tidligere set med ideen om, at deltagerne udgør en gruppe, for nogle endog en "familie". Det kan også hjælpe deltagerne med at konfrontere forskellige baggrunde, forskellige ideer. En af de interviewede elever (involveret i amatørteater) talte om meningers sammenbrud, der kan provokeres gennem samskabende aktiviteter:

"For mig var projektet ved at bryde boblen – at acceptere forskellige meninger. Hvordan arbejder man med en person, der er stærkt imod homoseksuelle? For første gang hører jeg en monolog fra en homofob medvirkende, som jeg virkelig kunne lide som en person."

Deltagerne i undersøgelsen var enige om alle de aspekter, der var foreslået som nyttige med hensyn til at fremme forståelse og tillid. Når man skal bringe folk sammen med

forskellige baggrunde, bør en aktivitet planlægges, så personer -trods forskelligheden - føler sig inkluderet (36 % i meget høj grad 45 % i høj grad), har et tilpasset program (39 % i meget høj grad, 47 % i høj grad), fremmes i forskellige lokalsamfund (36 % i meget høj grad, 43 % i høj grad), har et passende lokalitet (36 % i meget høj grad, 44 % i høj grad) og har en ledende person, der evner god kommunikation og sociale færdigheder (46 % i meget høj grad 40 % i høj grad).

Interviewene fokuserede på gruppen og tilstedeværelsen af en såkaldte "mentor" (læringsudbyder) for at forklare succesen med aktiviteterne. Der er en del af arbejdet, der skal udføres af deltagerne (åbenhed, vilje til at deltage i aktiviteten, selvregulering), men en stor del af det er lavet af mentoren. Han har brug for at styre og inddrage forskellige mennesker:

"Gruppelederen, læringsudbyderen, skal stadig være autoritet, men de skal selv lave deres kunstneriske beslutninger. [...] Mentoren skal være til stede i gruppen for at afbalancere relationerne, så ingen er udeladt."

I det perspektiv er programmet baseret på deltagerens arbejde, da de styrer deres egen deltagelse og træffer de kunstneriske beslutninger.

2.5 Storbritannien

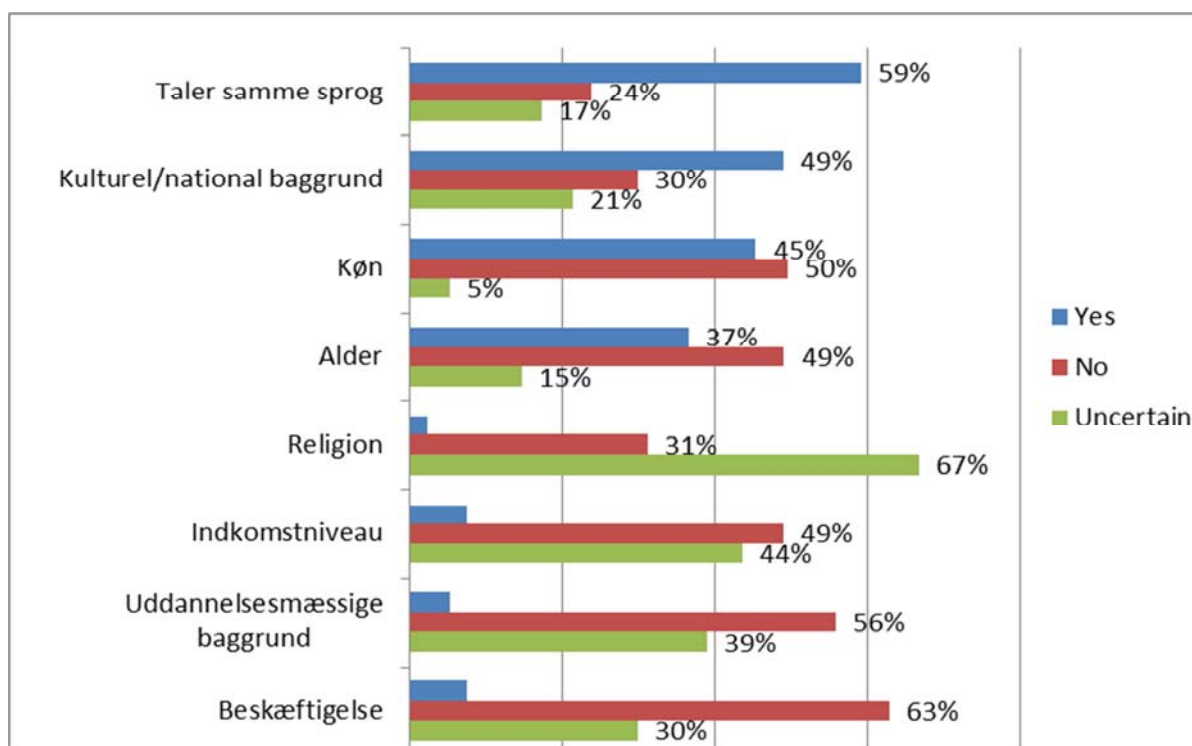
84 personer deltog i undersøgelsen. Størstedelen af dem var kvinder (81 %). De svarende var for det meste ældre: Størstedelen af dem var mellem 50 og 64 (50 %) og 65 og derover (29 %). Derfor er denne undersøgelse begrænset til at vise ungdomsperspektivet (0 % mellem 6 og 15, 2 % mellem 16 og 24 og 6 % mellem 25 og 34). De var højtuddannede: Jo højere uddannelse deltagerne havde, desto mere deltog de i denne undersøgelse (undtagen Ph.d.: Kun 12 % havde en Ph.d.). De fleste havde en uddannelse på 60 % (60 %), efterfulgt af erhvervsuddannelse (18 %) og videregående uddannelse (11 %). På grund af deres alder er de største deltagers arbejdsstatus hovedsageligt pensioneret (35 %). Et flertal af de adspurgte arbejder enten på fuldtidsjob (23 %) eller er selvstændige (29 %).

De kreative aktiviteter med mest engagement er håndværk (64 % af deltagerne har været involveret i det) og billedkunst (38 %). I de fleste af de andre kreative aktiviteter har 20 % af deltagerne været involveret (dans, digital kreativitet, drama, film, litterær, multikunstform, instrumentmusik, fotografering og sang) med undtagelse af mediekreativitet, som kun 5 % har været involveret.

Undersøgelsens respondenter var primært involveret i kreative aktiviteter som deltagere (82 %), som også har været involveret som arrangører (80 %), samt kunstnere/lærere (60 %) og frivillige (43 %). Spørgeundersøgelsen er varieret, selvom de mange involveringer i kreative aktiviteter antyder, at respondenterne har lang erfaring med involvering. Imidlertid deltager de fleste i kreative aktiviteter et par gange om året (36 % for 1 til 3 gange, 31 % for 4 til 6 gange), eller mange gange (26 % i mere end 10 gange om året).

Respondenterne er ikke bevidste om det kulturelle tilbud, de kan deltage i. De fleste vidste, at de kunne have deltaget i 1 til 5 aktiviteter (29 %), 6 til 10 aktiviteter (30 %) eller 11-20 aktiviteter (23 %). Måden deltagerne i undersøgelsen har hørt om disse aktiviteter på er hovedsagelig gennem arrangører (71 %) eller via medierne eller internettet (69 %). Lokale myndigheder og ngo'er synes at være mindre involveret i fremme af disse aktiviteter (henholdsvis 27 % og 25 %). Sammenfattende er deltagerne i undersøgelsen hovedsageligt højtuddannede pensionister (ældre kvinder), der deltager i kulturlivet i flere aktiviteter. Resultaterne er forskellige med hensyn til den funktion, respondenterne havde i kreative arrangementer og i de forskellige former for deltagelse, men ikke i den demografiske hovedgruppe (ældre pensionerede kvinder med høj uddannelse).

Ifølge undersøgelsen har de fleste deltagere observeret deres gruppe som diversificeret: 49 % mener, at de andre har en anden alder og et andet køn. De mest forskelligartede kategorier er beskæftigelsen (63 % tror de andre har en anden, 30 % er usikre), uddannelsesmæssig baggrund (56 % tror de andre har en anden, 39 % er usikre) og indkomstniveau (49 % tror de andre har et andet niveau, 44 % er usikre). De kategorier, der deles mest er den kulturelle / nationale baggrund (49 % tror de har den samme) og det sproglige tilhørsforhold (59 % tror de har det samme).



Figur 16: Når man ser på deltagerne i de kreative aktiviteter, er de fleste af dem de samme ... (Storbritannien)

Denne opfattelse af en diversificeret gruppe fremgår også af interviews. I mange af dem er mangfoldighed et mål for interessenterne og har dermed en bred målgruppe. En leder i et lokalt kunstmuseum og kunsttjeneste i Nordirland nævnte eksemplet på et lokalt "inter-etnisk" forum. Denne mangfoldighed er ofte begrænset afhængigt af aktiviteterne. En af interviewererne forklarede hvordan håndværksgrupper ofte er helt kvindelige på grund af et socialt stigma. Et andet eksempel er fotografering, som en fotokursus tutor forklarede hvordan udstyret kan være en barriere på grund af sin pris.

Hovedårsagerne til at deltage i disse aktiviteter er nydelse og rekreation (63 % svarede i meget stor grad 34 % til et stort eksempel) og opnåede tilfredshed med at skabe (68 % i meget stor grad 30 % til en i stor grad). De sociale gevinster er mindre vigtige, men de

vedrører stadig et flertal af mennesker, for eksempel ved at nyde ligesindede mennesker (42 % i meget stor grad 41 % i stor grad) eller hjælpe andre (30 % til i meget stor grad, 32 % i stor grad). Professionelle grunde ser ud til at være mindre vigtige, sandsynligvis på grund af den overordnede status for en større del af deltagerne: 24 % sagde at de deltog i disse aktiviteter for at få faglig viden og erfaring, 31 % for at støtte deres faglige og sociale status.

Interviewerne nævnte primært de sociale grunde til involvering i kreative aktiviteter. En af de kursusdeltagere talte om hans deltagelse i en samfundsdrumagruppe i Skotland, hvor et af hovedmålene er at involvere så mange mennesker som muligt inden for deres geografiske område. For deltagerne giver dette mål beslutsomhed om at "gøre noget anderledes og få samfundet til at skille sig ud, blive anerkendt for at have gjort noget - stort set ude af ingenting". Læringsudbydere havde et andet perspektiv, da deres primære motivation for dem alle ville være "den enkle glæde af kreativitet".

I undersøgelsen beskrev deltagerne oplevelsen som tilfældet i en venlig atmosfære (78 % svarede i høj grad, 22 % var enige om i nogen grad) og i en atmosfære af støtte og solidaritet (70 % svarede i meget høj grad 22 % svarede i nogen grad) hvor deltagerne ville hjælpe hinanden, når det var nødvendigt (67 % svarede stærkt, 24 % svarede i nogen grad). Aktiviteten fandt derfor ikke sted i en konkurrencedygtig atmosfære (23 % var uenige i det, 46 % var uenige i meget høj grad). Der var udveksling / interaktion mellem deltagere (31 % var uenige i mangel af interaktion, 61 % var uenige), og det fandt ikke sted i en stram atmosfære (16 % var uenige i det, 74 % var meget uenige).

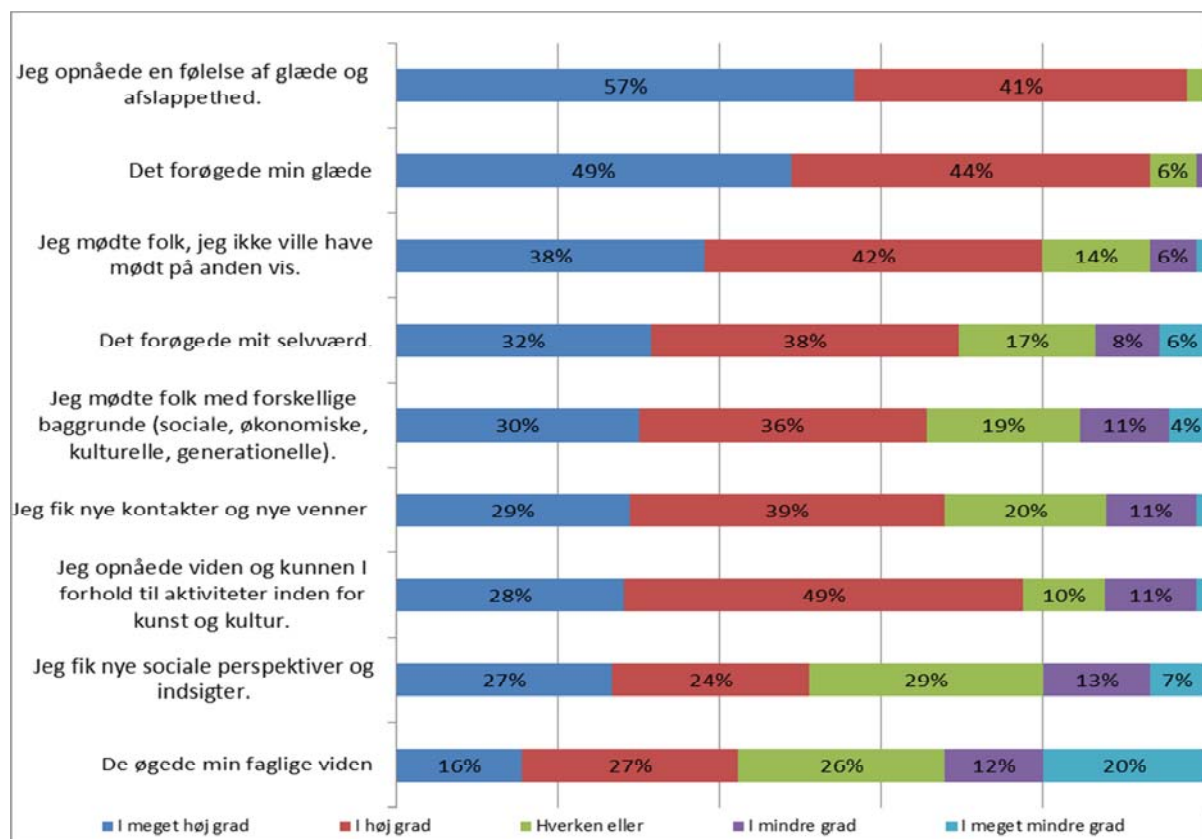
Denne venlige atmosfære fremgår også af interviews. En af de kursusdeltagere udbydere præsenterede denne hyggelige atmosfære (beskrevet som "meget åben og imødekomende") som det er nødvendigt for deltagerne: det skaber en tilfældig "drop-in" tilgang, hvor medlemmer kan afslutte, når de mangler den nødvendige tid og kommer tilbage senere, eller hvor nye medlemmer kan deltage nemt. En anden type atmosfære er også beskrevet i interviewene: En lærer og en elev præsenterer deres kreative aktiviteter som i en "studentikos" atmosfære. Læreren beskriver det som:

"Deltagerne er meget fokuserede på deres arbejde og den nødvendige præcision, der skal til for at få det resultat, de ønsker. Der er en klar forskel på den tid, hvor deltagerne er dedikeret til deres kreative aktivitet og den sociale tid, hvor gruppen diskuterer og deler deres værker. "

Som følge heraf er den venlige og den storslåede atmosfære ikke nødvendigvis modstridende. Dette bekræftes også af en af lærerne: "Personerne blander sig og snakker,

men gruppen ses ikke som en rent social begivenhed". Til stadighed at være i en gruppe er nødvendig for aktiviteten, da de andre deltagere bruges som en godkendelse af skabelsen "som en belønnende følelse af at have produceret noget sammen".

Undersøgelsen viser, at de vigtigste gevinster af disse aktiviteter svarer til motivationen. De er enten personlige: Følelse af glæde og rekreation (57 % svarede i meget høj grad, 41 % svarede i høj grad), glæde (49 % i meget høj grad 44 % i høj grad), viden om og færdigheder i det kreative emne (28 % i meget høj grad, 49 % i høj grad); eller socialt, med en gevinst på at møde mennesker, de ikke ville have mødt ellers (38 % svarede i meget høj grad 42 % i høj grad) eller fra forskellige baggrunde (30 % i meget høj grad 36 % til en i høj grad). Ikke desto mindre er nogle gevinster lavere: dette er tilfældet med erhvervs erfaring (kun 16 % i meget høj grad, 27 % i høj grad) og de sociale perspektiver (27 % i meget høj grad 24 % til en høj grad).

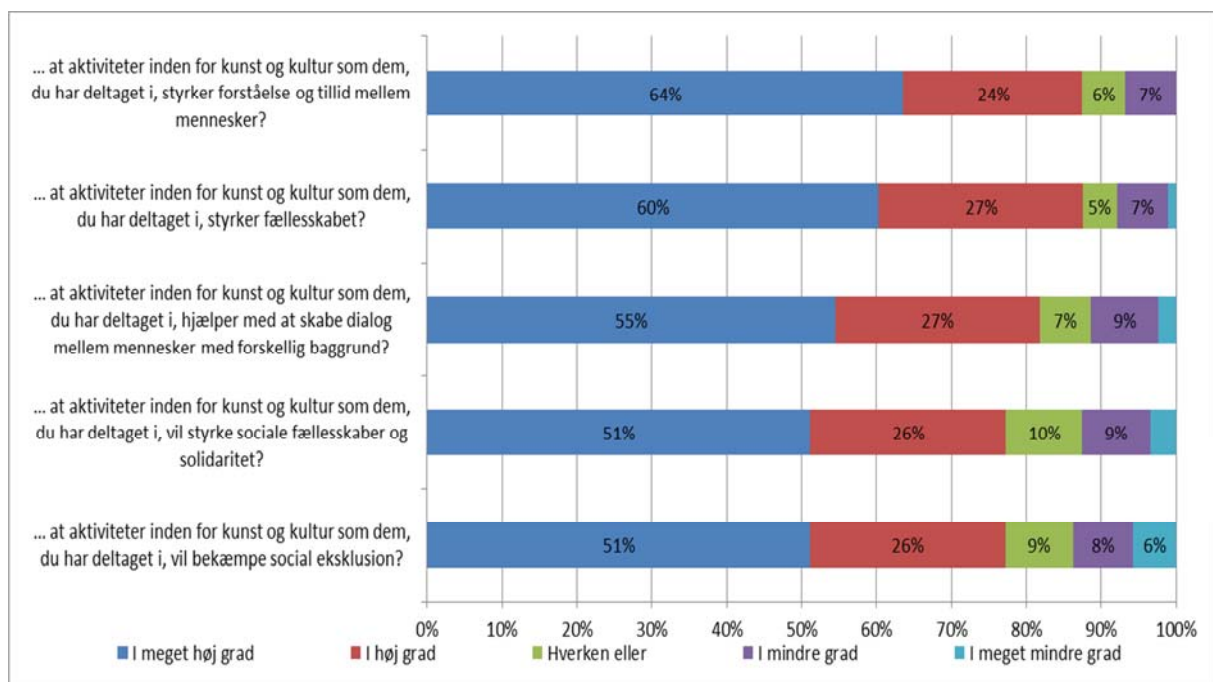


Figur 17: Hvad fik du af disse kreative aktiviteter? (Storbritannien)

Disse sociale gevinster blev især afspejlet i interviews. En lærer har beskrevet, hvordan projektet har hjulpet deltagerne til at føle sig tættere på deres samfund. Denne lærerudbyder begyndte et tegneprojekt med fokus på landskabet i et lokalt område, hvor hele lokalsamfundet deltog. Dette projekt var specielt bindende, da det fungerede ved et

samarbejde mellem disse mennesker: Alle blev behandlet lige uden noget hierarki. Disse sociale gevinster blev også identificeret af interessenter. En medarbejder i kulturafdelingen i en lokal myndighed i England beskriver, hvordan kreative aktiviteter kan bidrage til at bekæmpe ensomhed og social isolation for ældre mennesker. For at inkludere alle er begrænsningen af hierarkiet en proces, der ofte blev præsenteret i interviews. For at få alle til at bidrage, gav en interviewperson dog en negativ side: Der træffes beslutninger langsommere eller vanskeligere. Interessenterne er vidende om denne konstruktion. Flere af dem talte om at ændre deres tilgang fra "top-down" til "en opfordring til lokale folk om at dele deres kreativitet", fra "forbrugere" til "aktive, kreative personer". De faglige erfaringer blev heller ikke nævnt i interviewene: Samfundets opbygning gennem medskabende aktiviteter fremmer lokalsamfundet, men har ikke nødvendigvis indflydelse på det professionelle liv.

Bæredygtigheden af disse aktiviteter er ret lav ifølge undersøgelsen. For mange mennesker ændrede de kreative aktiviteter ikke deres sociale netværk (31 % i stor eller lille grad, 16 % i ringe grad, 12 % i meget begrænset grad) eller deres faglige netværk (26 % til hverken store eller lille grad, 15 % i meget lille grad, 28 % i meget begrænset grad). For nogle af deltagerne havde aktiviteterne stadig nogle konsekvenser: I efterfølgende samarbejder (19 % i meget høj grad, 37 % i høj grad) eller ved at holde kontakt (25 % i meget høj grad 40 % i høj grad). Disse aktiviteter er stadig en god oplevelse: Næsten alle mennesker vil anbefale dem (62 % i meget høj grad, 29 % i høj grad).



Figur 18: Social værdi (Storbritannien)

Modsigende ideer er præsenteret i interviewene. Mange af de interviewede forklarede, hvordan de kreative aktiviteter, de deltog i, skabte varige relationer. Mange af dem så sociale medier som et værktøj til at være forbindelse under aktiviteten og bagefter. En anden måde at udvikle disse venskaber på er den tid som læringsudbydere afsætter til sociale aktiviteter i en uformel atmosfære. Interessenterne nævnte også, at der er en indsats for at inkludere mennesker gennem uformelle aktiviteter såsom spil og skabe "uformelle, afslappede samtaleområder".

Undersøgelsens respondenter tror stærkt på den sociale værdi af de kreative aktiviteter. Mere end 75 % af dem var i meget høj enige eller i høj grad enige om at bekæmpe social eksklusion, støtte social enhed og solidaritet, fremme dialog mellem mennesker fra forskellige baggrunde, styrke forståelse og tillid mellem mennesker og styrke et fællesskab. Kreative aktiviteter har en stærk rolle i samfundet i Storbritannien.

Denne ide er også til stede i interviewene. Vejlederen af Fotokurset (læringsudbyder) forklarede, hvordan det fælles arbejde tillod at bygge bro mellem mennesker med forskellige baggrunde. Under aktiviteten begynder folk at tale om sig selv og komme hinanden nærmere.

"Båndene dannes ofte gennem diskussionen om fotografering, udstyr og komposition, men det er tydeligvis udgangspunktet for at kunne diskutere deltagernes livserfaring, baggrund og følelser. Der er et stærkt tillidsniveau etableret gennem gruppens aktiviteter, og det bliver tydeligt i den måde, hvorpå de samarbejder, bistår hinanden og deler udstyr".

Tillid og forståelse beskrives som interessenternes nødvendige karakteristika for at fremme samskabelse: "Fornemmelsen af tillid hjælper med at bryde hierarkier ned og fører dermed til et mere interessant samarbejde og interaktioner mellem mennesker fra forskellige områder." Den sociale værdi er især synlig i lokalbaserede projekter. De kursusdeltagere, der deltog i en samfunds-dramagrube i Skotland, beskrev, hvordan lokalsamfundet tager form gennem samarbejde: "Fordi de driver aktiviteterne selv og ser hvert trin som noget, de kan være involveret i igennem beslutningsprocessen".

At bygge bro mellem forskellige grupper fremmer forståelse og dialog, som det fremgår af læreren i et lokalt kor: "Det har åbnet en dør for mange af deltagerne, så de føler sig godt tilpas sammen med folk, de måske har misforstået tidligere".

Hvad angår de sidste resultater, blev næsten alle deltagere enige om forskellige aspekter af en kreativ aktivitet for at kunne samle folk fra forskellige baggrunde. De fremhævede især kommunikation og sociale færdigheder hos den person, der leder aktiviteten som

afgørende (76 % i meget høj grad 20 % i høj grad) samt et passende sted for aktiviteten (73 % svarede i meget høj grad 20 % i høj grad). De tilskrives relativt mindre betydning for fremme af aktiviteterne i forskellige lokalsamfund (63 % svarede i meget høj grad, 26 % svarede i høj grad), planlægningen af aktiviteten, så forskellige mennesker føler sig inkluderet (69 % svarede i meget høj grad 19 % enige i høj grad) og tilpasning af programmet til at omfatte forskellige mennesker (62 % svarede i meget høj grad, 27 % svarede i høj grad).

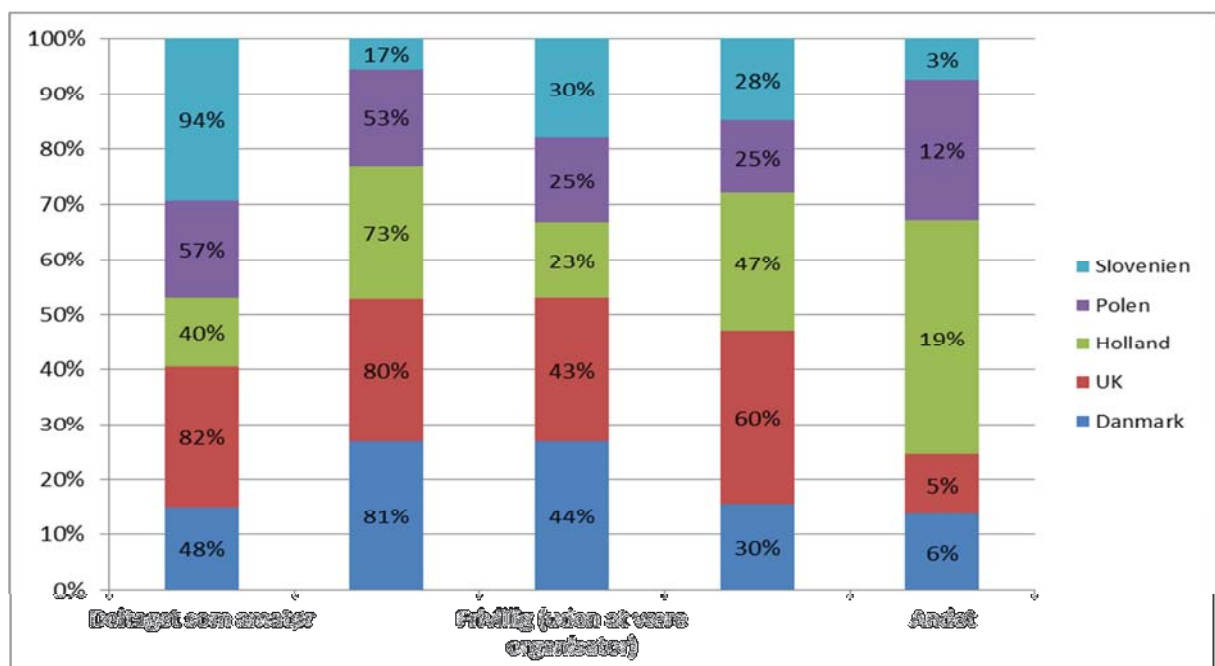
Læringsudbyderne spekulerede også på årsagerne til, om en aktivitet kunne lykkes eller ej. De antog, at succesen afhænger af kursusedtagerne, da der er brug for nogen tid for at kunne udvikle projektet og forholdet mellem de kursusedtagere. En anden læringsudbyder nævnte, at succesen også afhænger af personlighederne hos de kursusedtagere, og om arrangørernes ledelse er imødekommende over for folk. De øvrige grunde som interviewerne nævner til, at aktiviteterne har succes, er beslutningsprocessen og de fælles mål, der er nævnt tidligere: At nedbryde hierarkier og have en sand "demokratisk" måde at fungere på, synes at være måden, hvorpå man kunne involvere så mange som muligt, og fremme respekt og forståelse for hver person. I spørgsmålet om undersøgelsen understregede respondenterne nødvendige kvaliteter (både elever og arrangører) såsom åbenhed og tolerance: "Et afslappet venligt miljø, ikke dømmende holdninger, fleksibilitet og støtte fra andre for at sikre, at alle er i stand til at deltage fuldt ud".

3. Sammenligning mellem landene

3.1 Forskellige perspektiver på undersøgelsens resultater

For det første skal det fastslås, at forskellen i undersøgelserne kan forklares af de kontekstuelle forskelle (se 1.4) samt de forskellige grupper, der besvarede dem. I det danske perspektiv er den ene gruppe af arrangører (81 %), hovedsagelig ældre (over 50 år). De nederlandske respondenter er mere eller mindre en tilsvarende gruppe: De fleste af dem er også arrangører, men yngre (midaldrende: 51 % mellem 50 og 64 og 26 % mellem 35 og 49) og har arbejde. Storbritannien har lignende resultater: Flertallet er uddannede pensionister, der deltager meget i kulturlivet, både som deltagere (82 %) og som arrangører (80 %). I de tre lande er respondenterne involveret i kulturlivet og deltager også i begivenhederne.

De polske respondenter viser et andet syn, da de fleste af dem lejlighedsvis deltager i aktiviteter (i det forløbne år var 55 % deltagere i 1 til 3 aktiviteter, 28 % 4 til 6) og er ikke velinformerede om mulighederne. Derfor er det ikke en del af den kulturelle sfære. Livssituationen kunne til en vis grad forklare denne kulturelle praksis: De ældre grupper i Danmark, Holland og Storbritannien ville have mere tid til at deltage i kulturelle aktiviteter modsat de unge voksne/midaldrende i Slovenien og Polen, der er mere optaget af arbejde eller familieliv. De slovenske deltagere har en lignende profil. De er primært deltagere, stadig under uddannelse (52 % mellem 16 og 24 år gamle 17 % mellem 25 og 34 år) med lav kulturaktivitet og ikke involveret i netværkene (kulturelle, ngo'er og professionelle).



Figur 19: I kraft af hvilken rolle har du været involveret? (alle lande)

3.2 Opfattelsen af de kreative aktiviteter: En fælles forståelse

Disse to modeller kan også nogle gange være synlige i undersøgelsens spørgsmål, selv om der generelt er enighed om nogle punkter.

I hvert land opfattede respondenterne i undersøgelsen gruppen af deltagere i de kreative aktiviteter som heterogene. Men alle opfattede ligheder i forhold til den sproglige gruppe (det samme for 73 % i Nederlandene, 71 % i Danmark, 59 % i Storbritannien, 67 % i Polen, 72 % i Slovenien) og med hensyn til kulturel og national baggrund (det samme for 44 % i Nederlandene, 54 % i Danmark, 49 % i Storbritannien, 63 % i Polen, 56 % i Slovenien). Kreative aktiviteter ville så være mindre effektive med hensyn til at bygge bro mellem forskellige sproggrupper og forskellige nationale grupper. Ud fra disse resultater kan vi antage, at den sproglige barriere blokerer folk, der taler forskellige sprog i forhold til at få adgang til kreative aktiviteter, lidt mindre i Storbritannien (sandsynligvis fordi flere taler engelsk rundt om i verden). På den anden side vil kreative aktiviteter ifølge deltagerens opfattelse samle forskellige aldre, køn, kvarterer/ landsbyer, religioner, erhverv, uddannelsesmæssige baggrunde og indkomstniveauer.

I alle lande er de vigtigste grunde til at deltage i kreative arrangementer personlige. Næsten alle respondenter er enige om, at kreative aktiviteter er nydelse, tilfredshed og kreativitet. I almindelighed beskrives den sociale rolle i kreative aktiviteter som mindre vigtig, især i Slovenien (samfundsengagement 21 % i meget høj grad, 35 % i stor grad) og i Holland (samfundsengagement: 5 % i meget høj grad, 27 % i høj grad). De faglige motivationer er lave i alle lande, i gennemsnit 40 % mennesker, der accepterer dem (enten i meget stor grad eller i stor grad). Resultaterne viser, at der er en generel repræsentation af de kreative aktiviteter: Det er en personlig aktivitet, hvor sociale motivationer ikke er lige så vigtige som personlige grunde, og faglige motivationer er ofte fraværende.

På spørgsmålet om den kreative aktivitets generelle atmosfære var alle landene enige igen. Næsten alle deltagerne for hvert land beskrev det som om i en venlig atmosfære. Derfor ville folk i nogen af landene ikke se aktiviteten i en streng eller konkurrencedygtig atmosfære. Dataene viser, at aktiviteterne foregår i en uformel atmosfære, der fremmer støtte og solidaritet mellem deltagere, eller hjælper når det er nødvendigt. Derfor kan vi også konkludere, at en streng eller konkurrencedygtig atmosfære ville have en modsat virkning: blokere forholdet mellem deltagere og oprettelsen af social kapital.

Landene adskiller sig i de gevinster, der opfattes af de kreative aktiviteter. De danske respondenter er enige fra næsten alle deltagerne om enhver mulig gevinst (viden og

færdigheder i kreativt emne, følelse af nydelse og rekreation, lykke, selvværd, møde mennesker, møde mennesker fra forskellige baggrunde, nye venner, nye sociale perspektiver og indsigt, erhvervserfaring). De fleste af respondenterne i alle lande godkender disse kategorier, bortset fra de sociale relaterede gevinster (møde mennesker fra forskellige baggrunde, nye venner, nye sociale perspektiver og indsigter) og den faglige erfaring. De sociale gevinster er lavere i Holland og Storbritannien. Disse resultater kan forklares af flere faktorer. På spørgsmålet om respondenternes motivationer havde Nederlandene et af de laveste resultater i de sociale motivationer; Storbritannien havde videre resultater, men stadig ret lavt.

Logisk nok er der en sammenhæng mellem motivationer og gevinster for deltagerne. Dog er der til stadighed spørgsmålet om Slovenien: De sociale motivationer var de laveste sammen med de hollandske og engelske respondenter, men resultaterne i sociale gevinster var større end i de to lande. Denne forskel mellem motivationer og gevinster i Slovenien kunne forklares med den relativt lave alder hos deltagerne, som vi kunne antage som mere åbne i løbet af og efter aktiviteterne, selvom det ikke var deres første motivation til at deltage.

De professionelle netværksgevinster er lave i alle undersøgelserne. Med gennemsnit på mellem 50 % og 60 % for alle lande er det en af de laveste gevinster. De kreative aktiviteter har færre effekter på professionelle netværk, da publikum er forskelligartet med hensyn til erhverv. Bortset fra personer, der arbejder inden for det område, hvor de deltager i en aktivitet, er det ikke nødvendigvis en effekt.

De professionelle netværksgevinster er lave i alle undersøgelserne. Med gennemsnit på mellem 50 % og 60 % for alle lande er det en af de laveste gevinster. De kreative aktiviteter har færre effekter på professionelle netværk, da publikum er forskelligartet med hensyn til erhverv. Bortset fra personer, der arbejder inden for det område, hvor de deltager i en aktivitet, er det ikke nødvendigvis en effekt.

Sondringen mellem deltagere og arrangører fremgår af spørgsmålet om bæredygtigheden af forholdene skabt af den kreative aktivitet. I landene, hvor respondenterne primært var arrangører (Holland, Storbritannien og Danmark), blev der givet enslydende svar. Gennemsnitligt 40 % til 50 % (i meget høj grad og i høj grad svar) sagde, at aktiviteten resulterede i efterfølgende samarbejder/aktiviteter, tillod dem at holde kontakten med andre deltagere, havde varig indflydelse på deres holdninger / perspektiver over for andre mennesker og ændrede deres sociale og faglige kontakter / netværk. De lande, hvor respondenterne primært var deltagere (Polen og Slovenien) fik følgende resultater

på to kategorier: aktiviteten resulterede i efterfølgende samarbejdsaktiviteter / aktiviteter (i Slovenien 31 % i meget høj grad, 40 % i høj grad, i Polen 19 % i meget stor grad, 42 % i stor grad) og respondenterne var i kontakt med andre deltagere (i Slovenien: 38 % i meget høj grad 44 % i høj grad, i Polen 18 % i meget i høj grad, 43 % i høj grad).

Deltagerne vil derfor øge deres sociale kapital mere end arrangørerne. Det er lettere for deltagerne at skabe forbindelse under aktiviteten, men de forhold, der er dannet, varer ikke altid ud over dette specifikke øjeblik. Denne virkning er ikke synlig i de andre kategorier: Ligesom de tre andre lande havde de slovenske og polske respondenter gennemsnitligt 40 % til 50 %. Paradoksalt set sagde næsten alle respondenter i hvert land, at de ville anbefale deltagelse i den kreative aktivitet til andre mennesker. Her igen er det et bevis på, at sociale gevinster eller nye relationer ikke er en faktor, man vil anbefale til alle mennesker. Vi kan antage, at nogle af dem anbefaler kreative aktiviteter af personlige årsager (gevinst, kreativitet, nydelse osv.).

Den sociale værdi af de kreative aktiviteter accepteres også af alle lande. Alle (i gennemsnit 80-90 % af respondenterne). definerer de kreative aktiviteter som en styrkelse af et samfund, der skaber forståelse og tillid mellem mennesker, fremmer dialogen mellem mennesker med forskellige baggrunde, støtter en social enhed og solidariteten og bekæmper social udstødelse. Her har kun Holland og Danmark forskellige resultater. De deler de samme resultater med de øvrige lande på de fleste punkter, bortset fra de kreative aktiviteter i kampen mod social udstødelse (i Holland: 23 % i meget høj grad, 35 % i høj grad, i Danmark: 24 % i meget høj grad, 35 % i høj grad). I modsætning til Danmark har Holland relativt lavere resultater på kreative aktiviteter, som midlet til at fremme dialogen mellem mennesker med forskellige baggrunde (28 % i meget høj grad, 44 % i høj grad) og til at støtte social enhed og solidaritet (21 % i høj grad 44 % i høj grad). De kreative aktiviteters lavere sociale værdi kan forklares ud fra den hollandske kontekst. I modsætning til andre lande bliver en voksende del af det frivillige kulturelle område varetaget af private udbydere - vi antager med en mere markedsrelateret tilgang end de subsidierede organisationer og foreningerne. Følgelig viser disse resultater, at organisationsformen i nogen grad påvirker aktiviteterne, samt hvordan de opfattes af deltagerne. En privat sektor af frivillige kunstgrupper vil forhindre en social rolle.

Her igen er alle landene enige om hvilke forskellige aspekter en kreativ aktivitet skal indeholde for at få succes med at bringe mennesker med forskellige baggrunde sammen. Mellem 80 og 90 % af respondenterne er enige om at svare enten i høj grad eller i nogen grad. Man skal således planlægge aktiviteten, så forskellige mennesker føler sig inkluderet og derudover tilpasse programmet, have en førende person med kommunikative og

sociale færdigheder, fremme aktiviteten i forskellige samfund, have et passende sted/lokale. Kun Holland adskiller sig fra spørgsmålet, om kreative aktiviteter er inkluderende som sådan: Kun 16 % svarede i meget høj grad, 37 % svarede i høj grad. Vi kan også forklare denne forskel med privatiseringen af sektoren, i modsætning til andre lande er den sociale rolle i kreative aktiviteter ikke så meget udviklet.

De kvantitative undersøgelser giver et overblik over sektoren. Der synes at være en generel opfattelse (med små forskelle) af kreative aktiviteter. Hovedårsagerne til for deltagerne at deltage i dem er personlige, der kommer før de sociale. Grupperne af disse aktiviteter er forskellige, men medlemmerne forbindes ikke nødvendigvis med aktiviteterne. For nogle af respondenterne vil aktiviteten bygge bro over den sociale kapital, men ikke for dem alle. Imidlertid har respondenterne visionen om, at aktiviteterne kunne bygge bro og have en social værdi. Virkningerne på faglige netværk er ret lave i alle lande; Der bør udføres mere forskning på de specifikke resultater for frivillige, da de var underrepræsenteret i disse undersøgelser. Undersøgelserne samler flere former for deltagelsesaktiviteter i forskellige sammenhænge. Ved at analysere interviewene kan vi skelne mellem flere forskellige metoder, der er mere eller mindre vellykkede.

3.3 Sammenligning af interviewene: Identifikation af „Best practices“

Identificere samskabelsespraksis

For at sammenligne resultaterne af interviews er det nødvendigt at komme tilbage til begrebet samskabelse. Som defineret i forordet, refererer udtrykket til samskabelse i en fri, borgerlig sammenhæng, hvor forskellige borgergrupper arbejder og skaber sammen. Ifølge denne definition producerer ikke alle amatørkunstneriske, frivillige kulturelle foreninger eller lokale kulturforeninger samskabende aktiviteter. Blandt de resultater og eksempler, der er givet i interviewene, kan vi skelne mellem forskellige typer aktiviteter, ikke alle er samskabende. Disse forskellige typer aktiviteter resulterer i forskellige resultater. Gennem interviews kan vi skelne mellem de ikke-samskabende aktiviteter og de "rigtige" samskabende. Denne sondring kan også forstås ved begrebet "kulturel kapacitet" designet af Nick Wilson og Anna Bull (2017:5)¹ Samskabelse er en vision om et kulturelt demokrati, der opstår ved at fremme skabelsesfriheden og den daglige kulturelle deltagelse for borgerne. På den måde kan samskabelse skabe bro over social kapital. Da sammenhængen mellem individualiseringen af kulturpraksisserne og nedgangen

¹ Wilson, Nick, Bull, Anna (2017). *Towards cultural democracy. Promoting cultural capabilities for everyone*. King's College London.

i social kapital er blevet studeret af Robert Putnam (1995), kan foreninger bygge bro mellem segregerede socialgrupper ved at etablere samskabelsesprocesser².

Som nævnt betyder sammenhængen i den hollandske kulturbranche, at den hollandske partner er den mest specielle blandt de fem. Interviewene viser eksempel på private lærere: Lenneke Gentle er en selvstændig iværksætter i dans. Hun underviser nogle gange børn sammen med deres forældre. Klasserne har individuelle resultater: Dansemetoder kan bidrage til et barns indlæringsevne, som det fremgår af CITO-resultaterne (børneevaluering i Holland). Dette resultat er også synligt i det offentlige: Hanneke Koolen er danselærer for ARTEz Arnhem. Hans lektioner sker i en gruppe. Derfor kan han skabe sociale forbindelser mellem deltagerne. Dette resultat er sekundært (eller endog ikke nødvendigt) for danselæreren. Hans største bekymring, og også hans elevs, er at "koncentrere sig om deres egen individuelle udvikling og fremtid". Gruppen er stadig nyttig, da han skaber et miljø, der - i programmet - "udfordrer og tilskynder til arbejde". Miljøet er ikke så socialt, som beskrevet i undersøgelsen, hvor gruppen vil hjælpe hinanden med støtte og solidaritet. Disse resultater kan også ses i de danske interviews, fra interessenter, lærere og elever. De fleste af dem deltog ikke i samskabende aktiviteter: Deres motivationer og deres udbytte var relateret til aktiviteten, men ikke til social kapital. Derfor resulterer aktiviteterne ikke i bæredygtige relationer. Gruppens mangfoldighed er heller ikke et mål. I alle disse eksempler er der gruppearbejde, men der er ikke noget fælles mål eller resultat. At være i en gruppe er nyttigt, men ikke nødvendigt (undtagen i gruppebaserede aktiviteter som kor, orkestre osv.).

På den anden side viste der sig også forskellige resultater hos de interviewede, der deltog i samskabende aktiviteter. Det slovenske eksempel på Glej Teater-projektet G2G (Generation to Generation) viser perspektivet set fra de kursusdeltageres, læringsudbydernes og interessenternes side. Dette er et eksempel på samskabelse: Deltagerne samarbejder for at skabe et fælles show. Unge mennesker forbereder en præsentation rettet mod unge. De producerer et show, og lærer samtidig teater, mens de danner en gruppe. For interessenterne er dette et nyt perspektiv med hensyn til at forberede et show, der er et alternativ til de klassiske produktionsmetoder, som gør det muligt for dem at målrette det mod et publikum (unge), der er tilpasset deres krav. Kursusdeltagerne beskrev, hvordan dette projekt ændrede deres perspektiver i forhold til teatret, gjorde dem til en gruppe og fik dem til at afstemme deres meninger og gøre dem offentlige på scenen.

² Putnam, Robert D. (1995). "Bowling alone: America's declining social capital." *Journal of Democracy* 6:65-78

"Top-down" eller "bottom-up" praksis: Hvilken rolle spiller det for deltagerne?

Denne skelnen mellem ikke-samskabende praksis og samskabende praksis følger af en anden ledelse fra lærerudbyderne. Det kan i bund og grund opsummeres som "top-down" og "bottom-up" -praksis. Den første vil definere deltageren som forbruger (den hierarkiske relation går fra institutionen til deltagerne), hvor de på den anden måde er et kreativt aktivt individ med et kulturelt udtryk (institutionen og deltagerne er på samme niveau).

I bottom-up-perspektivet er lærerudbydernes rolle ikke så klar som i "top-down"-en. Interviewene vedrørende G2G-projektet (som tidligere set) og interviewene fra Storbritannien giver os indsigt i denne type funktion. Dette kan forklares ved, at denne type aktiv deltagelse er et af målene i den britiske kulturpolitik. For eksempel har en af de interviewede været involveret i en samfundsdrumagruppe i Skotland. Hvert år forsøgte dramagruppen at involvere så mange mennesker som muligt i produktionen af et lokalt spil. For at få det til at fungere, fjernede de hierarkiet, hvilket forhindrede beslutningsprocessen (beslutningerne træffes af deltagerne uanset deres status og ikke interessenterne eller udbyderne). På den måde kan alle bidrage, og alle er involveret i beslutningsprocessen. Alle eksemplerne bemærker, hvordan dette deltagende aspekt også kan bidrage til at gå over de iboende sociale divisioner af aktiviteter.

Læringsudbyderne er her for at definere et fælles mål. I den lokale dramagruppe er det det endelige stykke som i G2G-eksemplet. Læringsudbyderne skal tilpasse programmeringen, så den omfatter alles synspunkter: "Arrangøren har brug for færdighederne for at håndtere sociale situationer og for at give alle mulighed for at føle sig velkommen og deltage på lige fod, da dette ikke er en nem opgave."

En polsk interviewperson bidrog med en interessents perspektiv. For interessenterne forudsætter samskabelse et fuldt engagement fra institutionen, og at de stoler på deltagerne. Denne interessant støtter ideer fra deltagerne:

"Hvis der er nogen, der kommer med en ide til en kreativ aktivitet - og ideen passer til institutionens mission - tilbydes lokalet, såvel som organisatorisk, arbejdsmæssig, og rådgivende støtte. [...] Deltagerne i arrangementerne er også besøgende. Mange af dem kommer tilbage som private personer, for eksempel for at se en ny udstilling eller deltage i en begivenhed".

Deltagerne har en ny position: De er skabere og samtidig besøgende i kulturinstitutionen. Da de vil komme tilbage til andre begivenheder, tager de betydningen til kulturel produktion med sig fra institutionerne, der omdanner deres rolle til at være rammen om

dem og dermed støtter dem. Det skal dog bemærkes, at det er vigtigt at finde den rette balance mellem aktiv deltagelse og arbejde, da en af de interviewede nævnte, hvordan deres positioner kan skabe konflikter med spørgsmålet om vederlag: "For nogle deltagere er der en urimelig forventning om professionalitet, mens der også forventes fleksibilitet og at alt gratis".

Modsat kan "top-down" -tilgangen være en mere klassisk måde at arbejde på. Læringsudbydere underviser deltagerne direkte. I den forstand er læringsudbyderens stilling tæt på en skolelærers med en uddannelsesfunktion.

Forskellig praksis medfører forskellige virkninger på den sociale kapital

Inddragelsen af aktiviteter er forskellige afhængigt af deres grad af samskabelse. I de mindst samskabende projekter er inklusivitet synonymt med adgang til aktiviteterne. I de fleste af dem indgår institutionerne ved at lade deltagerne give udtryk for deres synspunkter og ved at skabe kulturel produktion i institutionernes betydning af disse.

På den måde kan inklusivitet for ikke-samskabende aktiviteter være valgfrit eller endda ikke engang adresseret. En dansk interessent erklærede "Jeg betragter det sociale som en sidegevinst", og en anden dansk interessent udtrykte, at den sociale relevans af disse aktiviteter "måske ikke er så vigtig".

For samskabende aktiviteter kan der forekomme forskellige aspekter af brobygning (intersocial, intergenerationelt, interregionalt, interkulturelt og intereuropæisk) afhængigt af aktiviteterne. Den interregionale brobygning kan dog være vanskelig at opfylde. De fleste af disse aktiviteter er lokalt baseret på grund af manglende midler eller på grund af vanskeligheder med planlægningen. Det skal bemærkes, at mange af de aktiviteter, som interessenter og læringsudbydere præsenterer i deres programmer som "åbne for alle" uden at nævne en specifik målgruppe, ofte retter sig mod lokalbefolkningen, uanset deres sociale, generationsmæssige, kulturelle eller europæiske baggrund. Specifikke aktiviteter kan fremme specifikke målgrupper, som det er tilfældet med G2G-projektet, der sigter mod unge (da de vil producere noget for unge).

At inkludere deltageres synspunkter kræver særlig indsats fra institutionen. I løbet af G2G-projektet (Slovenien) hyrede arrangørerne en specialist inden for teatervidenskab og psykologi for at hjælpe kursusedtagerne med at åbne op for intime historier, så de følte sig trygge". At åbne op på denne måde, er et eksempel på, hvorpå man kan bygge bro mellem folk, skabe empati mellem deltagere og således danne en gruppe. En læringsudbyder præsenterede det som:

"Det er en befriende oplevelse at føle sig fri og udtrykke dine følelser på en produktiv måde. Projektet viste deltagerne, at andre mennesker også har problemer".

Denne tanke ses også i elevens perspektiv:

"Du får ny indsigt, du forbedrer din empati, og du overvinder fordommene. Du møder folk fra sociale grupper, der i den offentlige mening ikke er vurderet særligt højt, og du får et nyt perspektiv. "

I sidste ende er de kreative aktiviteter de mest effektive for deltagernes netværk. De fremmer oprettelsen af en gruppe (en interviewperson præsenterede "en landsby", en anden "en familie"). Deltagerne er mere tilbøjelige til at samarbejde efter at have skabt noget sammen, nå et mål, end ved simpelthen at være i samme klasse til samme lektion. Deltagerne tegner også et specifikt forhold til organisationen, som vist af de frivillige, der skaber den ikke-officielle "Slot Festival" i Polen ("Slot Fests").

Hvordan forbedrer man kreative aktiviteter?

For at forbedre de kreative aktiviteter kan vi se på de behov, som interviewerne anvender. Der er en generel aftale, uanset om aktiviteten er samskabende eller ej, om hvad de behøver. Det første punkt nævnt af interviewpersoner i hvert land er det økonomiske aspekt. Alle har brug for mere finansiering, enten til at betale for materiale, til at støtte frivillige, eller at planlægge aktiviteter i større målestok. Disse resultater viser, at der mangler finansiering til amatør kunstneriske og frivillige aktiviteter i alle lande, der deltager.

Det andet aspekt, der nævnes, er ideen om at "genkende" aktiviteten. I hvert land mener mange, at amatørkunsten skal anerkendes som en social aktivitet. Dette argument forklarer også, hvorfor aktiviteterne vil kræve mere finansiering. De interviewede er uklare med hensyn til hvorvidt de gerne vil have denne form for anerkendelse, eller hvad de mener om den, selvom vi kan antage, at det ville være i politisk handling, af enten økonomisk eller politisk (ideologisk) støtte. En interesseret fra Storbritannien udtrykker det således:

"(jeg ønsker) at anerkendelsen og støtten til kreative aktiviteter skal blive ved med at vokse. Den bedste grund til at støtte flere af disse aktiviteter er anerkendelsen af sociale, økonomiske og sundhedsmæssige fordele. At være kreativ er en del af at være menneske".

Læringsudbyderne og interessenterne af samskabende aktiviteter beskrev andre behov, der ikke fremgår af de øvrige interviews. De nævnte nødvendigheden af at uddanne

frivillige og læringsudbydere, så de har en mere tilpasset rolle i disse aktiviteter. Dette behov bekræfter vores tidligere antagelse: at læringsudbyderne bør ændre rolle. En slovensk interviewperson, der arbejder i G2G-projektet, understregede, at undervisningen er en bestemt "arbejdsmetode for mentorer".

4. bilag

4.1 Tabel over diagrammer

Figur 1: I kraft af hvilken rolle har du været involveret i projektet? (Danmark)

Figur 2: Hvad var din primære motivation til at deltage i de kreative aktiviteter? (Danmark)

Figur 3: Bæredygtighed (Danmark)

Figur 4: Hvilke aspekter er nyttige for at gøre en kreativ aktivitet vellykket i at samle folk fra forskellige baggrunde? (Danmark)

Figur 5: Tænk på deltageren i de kreative aktiviteter er størstedelen af dem af samme ... (Nederlandene)

Figur 6: Hvad var din primære motivation til at deltage i de kreative aktiviteter? (Holland)

Figur 7: Hvad har du fået fra disse kreative aktiviteter? (Nederlandene)

Figur 8: Bæredygtighed (Nederlandene)

Figur 9: Hvad var din primære motivation til at deltage i de kreative aktiviteter? (Polen)

Figur 10: Hvordan ville du beskrive de erfaringer, du har gjort i de kreative aktiviteter? (Polen)

Figur 11: Bæredygtighed (Polen)

Figur 12: Hvilke aspekter er nyttige for at gøre en kreativ aktivitet vellykket i at samle folk fra forskellige baggrunde? (Polen)

Figur 13: I hvilken kapacitet har du været involveret? (Slovenien)

Figur 14: Hvad har du fået fra disse kreative aktiviteter? (Slovenien)

Figur 15: Bæredygtighed (Slovenien)

Figur 16: Tænker over deltagerne i de kreative aktiviteter er størstedelen af dem af samme (Storbritannien)

Figur 17: Hvad fik du af disse kreative aktiviteter? (Storbritannien)

Figur 18: Social værdi (Det Forenede Kongerige)

Figur 19: I hvilken kapacitet har du været involveret? (alle lande)

4.2 Spørgeskema

Tak fordi du vil deltage i vores undersøgelse! Det er et vigtigt bidrag til analysen af samskabelse og brobygning.

Når spørgeskemaet refererer til samskabende aktiviteter, mener vi aktiviteter inden for kunst og kultur, fordi vi tror, at de kan bygge bro og skabe forbindelser mellem mennesker og grupper med forskellige levevilkår, social status mv.

Din deltagelse er anonym, og din IP-adresse bliver ikke gemt. Besvarelsen af spørgsmålene tager ca. 10 minutter. Vi ville være glade, hvis du deltager. Brug venligst ikke browserens baglæns / fremadgående knapper, ellers kan undersøgelsen annulleres. Mange tak! For yderligere spørgsmål kontakt venligst: [...]

A. Køn:

Kvinde Mand

B. Alder

6-15
16-24
25-34
35-49
50-64
65 og over

C. Uddannelsesniveau

Grundskoleuddannelse
Videregående uddannelse (gymnasier / gymnasier)
Erhvervsuddannelse (Handel-/teknisk-/erhvervsuddannelse)
Videregående uddannelse (Universitetsgrad, kandidatgrad m.v.)

D. Arbejdsstatus

Under uddannelse
Deltidsansættelse
Heltidsansættelse
Selvstændig
Arbejdsløs
Pensioneret
Andet

E. Hvilken slags kreativ aktivitet har du været / er du involveret i? (flere mulige svar)

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| Kunsthåndværk | <input type="checkbox"/> |
| Dans | <input type="checkbox"/> |
| Digital kreativitet | <input type="checkbox"/> |
| Drama (teater, musikalsk mv.) | <input type="checkbox"/> |
| Film | <input type="checkbox"/> |
| Litteratur | <input type="checkbox"/> |
| Multikunst | <input type="checkbox"/> |
| Mediekreativitet | <input type="checkbox"/> |
| Musik (instrumental) | <input type="checkbox"/> |
| Fotografi | <input type="checkbox"/> |
| Sang / Kor | <input type="checkbox"/> |
| Billedkunst | <input type="checkbox"/> |
| Andre | <input type="checkbox"/> |

F. I hvilken egenskab har du været involveret? (flere mulige svar)

- | | |
|---|--------------------------|
| Deltager (som amatør) | <input type="checkbox"/> |
| Arrangør (professionel eller frivillig) | <input type="checkbox"/> |
| Frivillig (ikke som arrangør) | <input type="checkbox"/> |
| Kunstner / underviser | <input type="checkbox"/> |
| Andet | <input type="checkbox"/> |

G. I hvor mange af disse kreative aktiviteter har du været involveret i det seneste år (et kursus eller en gruppe tæller som en aktivitet)?

- | | |
|---------------|--------------------------|
| H. 1-3 | <input type="checkbox"/> |
| 4-6 | <input type="checkbox"/> |
| 7 -10 | <input type="checkbox"/> |
| I mere end 10 | <input type="checkbox"/> |

I. Hvor mange forskellige kreative aktiviteter er du opmærksom på, at du kan deltage i dit lokale område? (Et kursus eller en gruppe tæller som en aktivitet)

- | | |
|-------------|--------------------------|
| 1-5 | <input type="checkbox"/> |
| 6-10 | <input type="checkbox"/> |
| 11-20 | <input type="checkbox"/> |
| 21-30 | <input type="checkbox"/> |
| Mere end 30 | <input type="checkbox"/> |

J. Hvordan har / hører du om aktiviteterne? (flere mulige svar)

- Fra familie / venner
- Orienteret af arrangørerne
- Informeret af kulturinstitutionen
- Informeret af en ikke-statslig organisation
- Informeret af kommunen
- Gennem frivilligt netværk
- Gennem kunstnetværk
- Gennem professionelt netværk
- Gennem medier / internet
- Andre

Er/har hovedparten af deltagerne i de aktiviteter, du har deltaget i, af/fra/samme:

	Ja	Nej
Alder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Køn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nabolag/omegn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturelle/nationale baggrund	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sprog	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Religion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beskæftigelse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uddannelsesmæssig baggrund	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Indkomstniveau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hvad er dine hovedmotivationer for at deltage i kreative aktiviteter	I meget høj grad	I høj grad	Hverken i høj eller lav grad	I mindre grad	I meget lille grad
At styrke mine kreative evner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
At få viden og erfaring, der ikke kan opnås andre steder?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
At tilegne mig professionel viden og erfaring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For underholdningen og afslapningens skyld	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For at føle tilfredsstillelse ved at skabe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For at få tillid og opmuntring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For at understøtte min professionelle og sociale status	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Min deltagelse var motiveret af en følelse af social / fælles-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

skabsrettet Engagement?					
At nyde selskabet med ligesindede mennesker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
At være en rollemodel for andre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
At hjælpe andre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For at lære folk at kende, jeg normalt ikke ville have mødt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet (angiv venligst)					

Hvordan ville du beskrive din erfaring, du lavede under de kreative aktiviteter?	I meget høj grad	I høj grad	Hverken enig eller uenig	I mindre grad	I meget lille grad
Den kreative aktivitet var godt præpareret og velorganiseret	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den kreative aktivitet fandt sted i en venlig atmosfære	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den kreative aktivitet fandt sted i en atmosfære af støtte og solidaritet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den kreative aktivitet fandt sted i en konkurrerende atmosfære	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deltagerne i den kreative aktivitet hjælper hinanden, når det er nødvendigt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der var ringe udveksling / interaktion mellem deltagerne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den kreative aktivitet fandt sted i en streng atmosfære	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den kreative aktivitet var en usædvanlig/ny oplevelse for mig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hvad har du fået af disse kreative aktiviteter?	I meget høj grad	I høj grad	Hverken i lille eller i høj grad	I mindre grad	I meget lille grad
Jeg har fået viden og færdigheder i det kreative emne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg fik en følelse af nydelse og rekreation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Det gjorde mig lykkeligere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det støttede mit selvværd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg mødte folk, jeg ellers ville ikke have mødt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg mødte mennesker fra forskellige (sociale, økonomiske, kulturelle, generationsmæssige) baggrunde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg etablerede nye kontakter / nye venner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg har fået nye sociale perspektiver og indsigter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det tilføjede noget til min erhvervs-erfaring	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet (angiv venligst)					

Bæredygtighed	I meget høj grad	I høj grad	Hverken i lille eller i høj grad	I mindre grad	I meget lille grad
Har aktiviteten resulteret i efterfølgende samarbejder / aktiviteter?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har du været i kontakt med andre deltagere efterfølgende?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har aktiviteten haft vedvarende indflydelse på dine holdninger / perspektiver mod andre mennesker?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har aktiviteten ændret din sociale kontakt / netværk?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Har aktiviteten ændret din professionelle kontakt / dit professionelle netværk?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vil du anbefale deltagelse i den kreative aktivitet til andre mennesker?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tror du...	I meget høj grad	I høj grad	Hverken i lille eller i høj grad	I mindre grad	I meget lille grad
At kreative aktiviteter, som dem, du har været involveret i, bidrager til at styrke et samfund?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
At kreative aktiviteter som dem, du har været involveret i, kan styrke forståelsen og tilliden mellem mennesker?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

At kreative aktiviteter som dem, du har været involveret i, kan bidrage til at fremme dialog mellem mennesker fra forskellige baggrunde?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
At kreative aktiviteter, som dem, du har været involveret i, kan støtte social enhed og solidaritet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
At kreative aktiviteter, som dem, du har været involveret i, kan bekæmpe social udstødelse?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hvilke aspekter er nyttige for at gøre en kreativ aktivitet vellykket med hensyn til at samle folk fra forskellige baggrunde?	I meget høj grad	I høj grad	Hverken enig eller uenig	I mindre grad	I meget lille grad
Kreative aktiviteter er inklusive som sådan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planlæg aktiviteten, så forskellige mennesker føler sig inkluderet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tilpas aktivitetsprogrammet, så forskellige mennesker føler sig inkluderet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommunikation og sociale færdigheder hos den person, der leder aktiviteten, er afgørende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fremme af aktiviteten i forskellige samfund er afgørende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Et passende sted / plads til aktiviteten er afgørende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hvilke aspekter har du fundet som nyttige med hensyn til at samle folk fra forskellige baggrunde? (åbent spørgsmål)?					

4.3 Interviewspørgsmål

Læringsudbydere

(Ledere i frivillige kunst, kultur og kulturarvsforeninger i partnernes egne organisationer og beslægtede netværk: Fagfolk (kunstnere), der leder aktiviteterne.

A. En introduktion

1. Beskriv venligst, hvilke kreative aktiviteter du har været involveret i, og i hvilken rolle du deltog? Hvilken kreativ sektor? Hvad var dit ansvar? Hvor og hvor ofte fandt det sted? Hvem er de andre deltagere?
2. Hvordan ville du beskrive ideen og målsætningerne for den kreative aktivitet, du har været involveret i? Hvad var mål for aktiviteten? Hvad er målgrupperne, der deltager? Hvad opnår de af deres deltagelse? Hvad er resultaterne af sådanne aktiviteter?

B. Social relevans af kreative aktiviteter

1. Hvis du tænker på aktiviteterne, hvordan vil du så beskrive atmosfæren de foregår i, for eksempel interaktion og udveksling mellem deltagere? Er deltagerne i disse aktiviteter generelt åbne for andre mennesker, søger de efter nye kontakter?
2. Hvad synes du er de langsigtede virkninger af sådanne aktiviteter på deltagerne? Tror du, at deltagerne i disse aktiviteter kan møde folk, de normalt ikke ville møde, ændrer det deres sociale netværk? Kan du give eksempler?
3. Hvordan vil du beskrive den sociale relevans af disse aktiviteter? Tror du, at de er vigtige for at opbygge tillid, solidaritet og forståelse mellem mennesker, og i så fald hvorfor og hvordan? Kan du give eksempler?

C. Samskabende aktiviteter

1. Har du været involveret i aktiviteter, der specifikt er målrettet forskellige deltagergrupper og har til formål at samle folk fra forskellige baggrunde, for eksempel personer fra forskellige aldersgrupper, mennesker med forskellig kulturel eller national baggrund, inddragelse af fattige mennesker, folk fra forskellige regioner? Kan du beskrive denne oplevelse?
2. Hvad er de positive, hvad er de negative aspekter i organisering og ledende aktiviteter, der samler folk fra forskellige baggrunde, betyder det noget, om aktiviteten specifikt er målrettede forskellige grupper? Er det svært at nå forskelli-

ge grupper af mennesker? Er du nødt til at gøre en særlig indsats i projektet? Hvad er de specifikke ting, man skal tænke på, når man organiserer osv.?

3. Hvad gør sådanne aktiviteter vellykkede, hvad er årsagerne til, at en sådan aktivitet er vellykket med henblik på at samle folk og opbygge tillid mellem mennesker?
4. Hvordan ville du beskrive output og resultater af kreative aktiviteter, der samler forskellige mennesker?

D. Behov / Fremtid

1. Hvad ville hjælpe dig med at understøtte og realisere medskabende aktiviteter, hvorigennem forskellige grupper af mennesker bliver bragt sammen?
2. Hvad ønsker du med hensyn til de kreative aktiviteter, du er involveret i?
3. Hvad ville være nyttigt i fremtiden?
4. Vi har nået slutningen af interviews. Har du nogen ting, du gerne vil tilføje?

Interessenter

(repræsentanter for kultur- og fritidsområdet i de tilhørende kommuner, kunst- og kulturinstitutioner i de involverede kommuner, andre civilsamfundsorganisationer inden for social, humanitær, velfærd, sport osv.)

A. En introduktion

1. Beskriv venligst din tilknytning og perspektivet for din forening/institution vedr. de kreative aktiviteter, der finder sted i dine omgivelser. (Hvilke aktiviteter foregår? Samarbejder du i disse aktiviteter? Hvem er deltagerne og er de også interessante for dig?)
2. Hvordan vil du beskrive relevansen af kreative aktiviteter i dine omgivelser? (Hvad er målene for aktiviteten? Hvad er målgrupperne, der deltager? Hvad opnår de af deres deltagelse? Hvad er resultatet af sådanne aktiviteter?)

B. Social relevans af kreative aktiviteter

1. Hvordan vil du beskrive den personlige relevans af sådanne kreative aktiviteter for deltagerne? (Tror du, at deltagerne i disse aktiviteter kan møde folk, de normalt ikke ville, ændrer det deres sociale netværk? Kan du give eksempler?)

2. Hvordan vil du beskrive den sociale relevans af disse aktiviteter? Tror du, at de er vigtige for at opbygge tillid, solidaritet og forståelse mellem mennesker, og i så fald hvorfor og hvordan? (Kan du give eksempler?)

C. Samskabende aktiviteter

1. Kender du til aktiviteter, der specifikt er målrettet forskellige deltagergrupper og har til formål at samle folk fra forskellige baggrunde, for eksempel personer fra forskellige aldersgrupper, mennesker med forskellig kulturel eller national baggrund, inddragelse af fattige mennesker, folk fra forskellige regioner? Hvad var din erfaring med sådanne aktiviteter?
2. Hvad, mener du, er de positive aspekter, hvad er udfordringerne af sådanne aktiviteter, der bringer mennesker fra forskellige baggrunde (betyder ikke noget om aktiviteten specifikt er målret forskellige grupper)?
3. Hvordan ville du beskrive resultatet af kreative aktiviteter, der samler forskellige mennesker?

D. Behov / Fremtid

1. Hvad ønsker du med hensyn til de kreative aktiviteter, du har i dine omgivelser? Hvad ville være nyttigt i fremtiden?
2. Vi har nået slutningen af interviewet. Har du nogen ting, du gerne vil tilføje?

Kursusdeltagere

(medlemmer eller deltagere i partnernes egne organisationer og netværk, personer, der deltog i de aktiviteter, som lærerudbydere organiserede)

A. En introduktion

1. Beskriv venligst hvilke kreative aktiviteter du har været involveret i og i hvilken rolle du deltog i? (Hvilken kreativ sektor? Hvor og hvor ofte fandt det sted? Hvem er de andre deltagere?)
2. Hvad er dine forventninger, når du deltager i kreative aktiviteter? (lære af færdigheder, lære andre at kende, osv.)
3. Hvordan ville du beskrive ideen og målsætningerne for den kreative aktivitet, du har været involveret i? (Hvad var din personlige målsætning for aktiviteten? Hvad er målgrupperne, der deltog? Hvad får folk af deres deltagelse? Hvad er resultaterne af sådanne aktiviteter?)

B. Social relevans af kreative aktiviteter

1. Tænker du på aktiviteterne, hvordan vil du beskrive atmosfæren de foregår i, for eksempel interaktion og udveksling mellem deltagere? (Er deltagerne i disse aktiviteter generelt åbne for andre mennesker, søger de efter nye kontakter?)
2. Hvad synes du om de langsigtede virkninger af sådanne aktiviteter på dig og andre deltagere? Tror du, at i disse aktiviteter kan du møde folk, de normalt ikke ville, ændrer det dit sociale netværk? (Kan du give eksempler?)
3. Hvordan vil du beskrive den sociale relevans af disse aktiviteter? Tror du, at de er vigtige for at opbygge tillid, solidaritet og forståelse mellem mennesker, og i så fald hvorfor og hvordan? (Kan du give eksempler?)

C. Samskabende aktiviteter

1. Har du været involveret i aktiviteter, der specifikt har målrettet forskellige deltagergrupper og har til formål at samle folk fra forskellige baggrunde, for eksempel personer fra forskellige aldersgrupper, mennesker med forskellig kulturel eller national baggrund, inddragelse af fattige mennesker, folk fra forskellige regioner? Kan du beskrive denne oplevelse?
2. Hvad er det positive, hvad er de negative aspekter, der deltager i sådanne aktiviteter, der samler folk fra forskellige baggrunde (betyder ikke noget om aktiviteten specifikt målrettede forskellige grupper)? Er for eksempel kommunikationen mere vanskelig?)
3. Hvad fik du af kreative aktiviteter, der samler forskellige mennesker?

D. Behov / Fremtid

1. Hvad ønsker du med hensyn til de kreative aktiviteter, du er involveret i? Hvad ville være nyttigt i fremtiden?
2. Vi har nået slutningen af interviewet. Har du nogen ting, du gerne vil tilføje?

