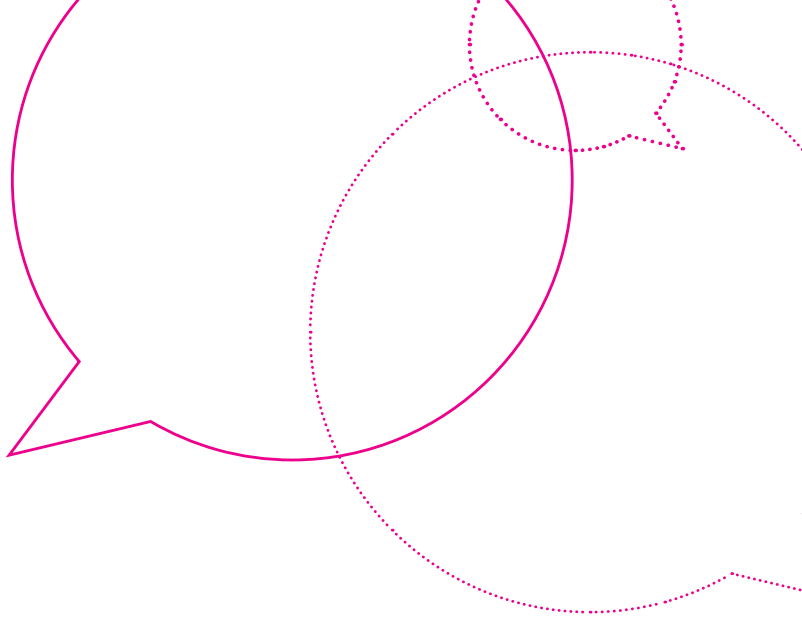






PARTICIPATIECONTINUÛM

RUIMTE MAKEN



Participatie... Het is hip, en we doen het allemaal, toch? Maar de manier waarop je werkt aan gelijke participatiekansen kan sterk verschillen. Trouw aan onze visie ontwikkelde Dēmos een participatiecontinuüm met 7 succesvolle strategieën! In deze fiche geven we duiding bij de strategie *Ruimte maken*.

info@demos.be
www.demos.be

 www.facebook.com/demosvzw
 www.twitter.com/demosvzw

Met 'ruimte maken' bedoelen we praktijken waar cultuur-, jeugd- en sportwerkers het initiatief volledig in handen laten van burgers of erkenning en ondersteuning geven aan bestaande (burger) initiatieven. Dit kan zowel op project- als organisatieniveau. Op projectniveau kan je kiezen om het gehele project, van concept tot uitvoering, uit te besteden aan de eindgebruiker, zonder of met heel weinig sturing of bemiddeling. Als er ondersteuning wordt geboden, gebeurt dit enkel op vraag van de eindgebruiker.

Voorbeeld: System D is een festival voor jong opkomend filmtalent in Brussel, ontstaan uit de Pianofabriek. In haar zoektocht naar audiovisueel werken met jongeren uit de buurt, ontdekte de organisatie dat jongeren zelf al heel veel filmden met hun smartphones. Zo ontstond een ongecensureerd festival, volledig getrokken door jongeren, dat je meeneemt op ontdekkings-tocht doorheen de stad door de lens van jongeren.

Op organisatieniveau kan je erkenning en ruimte geven aan bestaande cultuur-, jeugd- of sportinitiatieven die op vlak van participatief en inclusief werken verder staan dan jij, maar niet altijd dezelfde privileges hebben in het speelveld van cultuur, jeugd en sport. Deze professionals en vrijwilligers noemen we ruimteclaimers, omdat zij in veel gevallen een gelijkwaardige plaats willen in het speelveld. Het zijn vaak meer informele netwerken of praktijken, zonder structurele subsidies en soms getrokken door autodidacten die zichzelf de stiel eigen hebben gemaakt. Je kan deze organisaties of individuen betrekken als expert, maar ook ondersteunen door je eigen privileges te delen.

Voorbeeld: Zomer van Antwerpen geeft de inhoudelijk-programmatorische kant van het festival meer en meer in handen van nieuwe, stedelijke netwerken. Twee maanden lang biedt de Zomerfabriek een overvolle agenda aan workshops, street parcours, dance battles en spoken word. De curatoren en jonge artiesten worden professioneel omkaderd en eerlijk vergoed. En die aanpak werkt, ook op het niveau van het publiek: op enkele jaren tijd is het percentage van festivalbezoekers met een migratie-achtergrond toegenomen van 5 procent naar meer dan 35 procent.

Ruimte maken als strategie houdt in dat je je eigen netwerk en expertise kritisch bevraagt. Je wordt je bewust van waar je tekortschiet en zoekt actief naar menselijk kapitaal dat inspirerend is of al actief is voor burgers die je met je huidige aanbod niet of te weinig bereikt. Na de (h)erkenning van die andere expertise en netwerken kan je jezelf de vraag stellen hoe jij hiervoor meer ruimte kan maken. Cruciaal daarbij is dat je op geen enkel moment het eigenaarschap en initiatief van die praktijken ondermijnt, maar wel hen carte blanche geeft en hen benadert als autonome en gelijkwaardige spelers in het veld. Anders riskeer je dat deze strategie resulteert in een extra desillusie voor de groep die een verkeerde belofte kreeg. Voor sommige vrijetijdsactoren is eigenaarschap geven zo ingebakken in hun DNA dat het eerder gaat om een basishouding dan om een participatiestrategie.

DIT IS PARTICIPATIE

Cultuur-, jeugd- en sportwerkers geven vaak aan dat ze niet weten waar te beginnen om nieuwe netwerken te vinden of om er contact mee te leggen. Die onkunde of onwetendheid stuit meer en meer op [weerstand en frustratie](#). Woordkunstenaar Elisabeth Severino Fernandez zegt: “Kom mij niet vertellen dat je ‘hen’ niet vindt. Er is ongelooflijk veel talent. Je moet het herkennen als het er staat en dan kunnen zeggen: dit is goed.”

Actief zoeken naar andere netwerken en sleutelfiguren maakt best integraal deel uit van het takenpakket van professionals en vrijwilligers. Er is tijd en ruimte nodig om oprecht contacten te leggen, naar evenementen te gaan of gewoon eens ergens binnen te wippen. Bovenbouw-organisaties en lokale besturen kunnen een belangrijke rol spelen door ruimteclaimers meer in de kijker te zetten.

Voorbeelden:

- ⇒ **Met ons jaarlijks evenement ‘[Dit is participatie](#)’ tonen we de rijkdom van cultuur-, jeugd- en sportpraktijken onder de radar van een bepaalde stad. We geven het curatorschap aan een straffe ruimteclaimer aan wie we vragen om een programma samen te stellen met inhoud die participatie ademt, maar nog ondervertegenwoordigd of onderbelicht is.**
- ⇒ **Kunstenpunt maakt met [Nieuwstedelijke Grond](#) een verkenning van wat vandaag territoria zijn van nieuwstedelijke creatie.**
- ⇒ **De cultuurdienst van Stad Genk bracht de muziekprogrammator van het cultuurcentrum in contact met Genkenaren die met muziek bezig zijn voor een uitwisseling. Dat leidde ondermeer tot het project [303030](#).**
- ⇒ **Het fonds Laureus Sport for Good liet een [mapping](#) maken van sociale sportinitiatieven.**

ONDERSTEUNING GEVEN

Het erkennen en herkennen van ruimteclaimers is een belangrijke eerste stap om eigenaarschap te geven. Maar de strategie is pas geslaagd als er ook ondersteuning geboden wordt. Dat kan op verschillende manieren, zolang het gebeurt vanuit een dialoog met ruimteclaimers zelf en zonder hun autonomie te ondermijnen. In het beste geval gebeurt het op vraag van de eindgebruiker zelf.

⇒ *Andere stemmen aan het woord laten*

Op werkgroepen, studiedagen, panels en podia zijn nog te vaak dezelfde stemmen aan het woord. Als professional of vrijwilliger kan je kiezen om je plaats of stem af te staan aan een collega of praktijk die minder vertegenwoordigd is. Maak er ook [een reflex](#) van wanneer je zelf iets organiseert: zorg dat centrum- en periferie spelers gelijk vertegenwoordigd zijn. Pas dan krijg je een goed beeld van het hele speelveld. Ook via je communicatiekanalen kan je erkenning geven aan andere stemmen. Lees er meer over in de [Toolbox Diversiteit](#) van De Ambrassade.

⇒ *Diensten ter beschikking stellen*

Als centrumspeler heb je allerlei privileges kunnen opbouwen. Breng in kaart welke diensten je in huis hebt die je kan delen met ruimteclaimers: je netwerk, expertise, tools en eigen medewerkers. Je kan meezoeken naar financiering en advies geven bij de opmaak van een subsidiedossier. In [dit artikel](#) lees je hoe een sportdienstmedewerker ondersteuning geeft aan een informele sociaal-sportieve praktijk: hands on en vanuit de koffiebar. Je boekhoudsoftware biedt misschien wel kosteloos ruimte aan meerdere gebruikers. En je huisfotograaf, trainer of educatief medewerker heeft veel te bieden aan anderen, maar leert ook zelf bij door in een nieuwe context aan de slag te gaan.

⇒ *Infrastructuur ter beschikking stellen*

Veel ruimteclaimers zijn ook letterlijk op zoek naar ruimte. Ze moeten het soms doen met de straat of een garage als sportterrein of repetitieplek, [terwijl veel gebouwen leeg staan](#). Breng die leegstand in kaart en deel je ruimtes!

Voorbeeld: In het Cera Impulstraject [VPKJ](#) gaan participatieve kunstpraktijken Jong Gewei en Platform-K voor drie jaar in residentie bij Vooruit en bouwen ze hun werking daar verder uit.

⇒ *Uitbesteden en financieren*

Om je werking diverser te maken, kan het effectiever zijn om delen van je werking uit handen te geven in plaats van zelf het warme water uit te vinden. Anders dan bij de strategie van co-creatie krijgen ruimteclaimers daarbij carte blanche om hun ding te doen. Er is wel een kanttekening: als organisaties bepaalde diensten uitbesteden en er ook mee uitpakken op hun website of in hun jaarverslag, mag daar iets tegenover staan. Verwacht niet dat mensen gratis en voor niets het participatievraagstuk voor jou oplossen.

VAN EIGENAARSCHAP NAAR INCLUSIE

De strategie van ruimte maken kan tot radicale vernieuwing leiden. Hoewel het op het eerste zicht zo niet lijkt, heeft de strategie vaak een grote invloed op de communicatie, beslissingsprocessen, personeelskader en bestuur van je organisatie. Maar veel hangt af van hoe je daar als organisatie of individu mee omgaat en of je er klaar voor bent. Zelfreflectie en een open houding en communicatie zijn daarvoor cruciaal. Je moet weten waar je voor staat, wat je belangrijk vindt, welke verwachtingen je hebt, wat al bij voorbaat beslist is en wat je uit handen wil en kan geven.

Ruimtemakers en ruimteclaimers kunnen door een strategie van eigenaarschap dichter naar elkaar toegroeien en samen strijden voor een gelijk spelveld. Maar ze kunnen ook uit elkaar groeien en beslissen om weer elk hun eigen weg te gaan, al dan niet in goede vrede. Eigenaarschap heeft namelijk een belangrijke subjectieve component: ruimteclaimers kunnen de indruk krijgen dat ze gerecupereerd worden en ruimtemakers kunnen zich bedreigd voelen of zich afvragen of de samenwerking wel voldoende wederzijds is. Er is een cultuur nodig van samenwerken en leren waarin deze subjectieve component een plaats krijgt en openlijk besproken wordt. Dan kan eigenaarschap de eigen praktijk én het hele spelveld structureel inclusiever maken.

MEER LEZEN OVER EIGENAARSCHAP

- ⇒ [Lees ons artikel](#) over ruimte claimen in een ongelijk spelveld.
- ⇒ Bekijk de digitale [brochure Macht Herverdelen](#).
- ⇒ Lees [dit artikel](#) over drie praktijkvoorbeelden van Brusselse festivals getrokken door jongeren.
- ⇒ Lees dit [artikel over mede-eigenaarschap bij Zinnema](#).
- ⇒ Bekijk het [dossier over DIP#1](#), een evenement waar ruimte maken centraal staat.