



Deelnemersonderzoek sociaal-cultureel volwassenenwerk

De waarde en betekenis van deelname voor de participant

SAMENVATTING

2024

Lode Vermeersch, Jessy Siongers & Bram Spruyt





VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL

KU LEUVEN

HIVA

ONDERZOEKSINSTITUUT VOOR
ARBEID EN SAMENLEVING



Vlaanderen
verbeelding werkt

DEELNEMERSONDERZOEK SOCIAAL-CULTUREEL VOLWASSENENWERK: DE WAARDE EN BETEKENIS VAN DEELNAME VOOR DE PARTICIPANT

Samenvatting

Lode Vermeersch, Jessy Siongers & Bram Spruyt

2024

Onderzoek in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd en Media

Gepubliceerd door
KU Leuven
HIVA - ONDERZOEKSINSTITUUT VOOR ARBEID EN SAMENLEVING
Parkstraat 47 bus 5300, 3000 LEUVEN, België
hiva@kuleuven.be
<http://hiva.kuleuven.be>

Vrije Universiteit Brussel
Pleinlaan 2 B, 1050 BRUSSEL, België
<https://www.vub.be/nl>

OMSLAGONTWERP HobbitArt
OMSLAGILLUSTRATIE Connecting People Social Network Concept Vector Stock Vector (Royalty Free)
708582394 | Shutterstock

© 2024 HIVA-KU Leuven
Niets uit deze uitgave mag worden veeleevuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Inhoud

1.	Inleiding: wie zijn de deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenenwerk?	4
2.	Onderzoeksmethoden	4
3.	Wat betekent deelnemen?	4
4.	Wie neemt deel?	5
5.	Hoe neemt men deel?	6
6.	Aan welke activiteiten neemt men deel?	7
7.	Waarom neemt men deel en wat neemt men eruit mee?	7
8.	Aandachtspunten voor praktijk en beleid	8
9.	Verder onderzoek?	9
10.	Referenties	10

1. Inleiding: wie zijn de deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenenwerk?

Vele tienduizenden volwassenen in Vlaanderen nemen sporadisch tot vaak deel aan activiteiten van sociaal-culturele organisaties. In dit onderzoek zoomen we in op de vraag *wie deze deelnemers zijn, hoe ze deelnemen, waarom ze deelnemen en wat de betekenis en waarde van die deelname voor hen is.*

Deze beleidsgerichte studie werd uitgevoerd door VUB en HIVA-KU Leuven in de periode maart-december 2023. Het onderzoek richtte zich op alle deelnemers - ongeacht de graad en de manier van participeren - van de op dat moment 130 erkende organisaties voor sociaal-cultureel volwassenenwerk (decreet Sociaal-cultureel Volwassenenwerk). Die groep van 130 organisaties bestaat uit organisaties die open staan voor het brede publiek, maar ook uit verenigingen die zich richten op specifieke groepen (bv. vrouwenorganisaties, organisaties voor personen met een handicap, enz.). Het gaat in hoofdzaak om organisaties met een Vlaanderen-brede werking, al zijn er ook 13 regionale organisaties erkend (Avansa's) en ook die werden meegenomen in deze studie. Vele maar niet alle organisaties steunen in grote belangrijke mate op het werk en enthousiasme van vrijwilligers. Een belangrijk punt dat alle erkende organisaties voor sociaal-cultureel volwassenenwerk gemeen hebben, is dat ze werken met een civiel perspectief: het zijn vrije en spontane initiatieven van en voor burgers die gefocust zijn op waarden en overtuigingen die ze als burgers delen.

2. Onderzoeksmethoden

Dit onderzoek bestond uit een kwantitatief en een kwalitatief luik. Het kwantitatieve luik verzamelde via een online survey – beschikbaar in 5 talen (Nederlands, Engels, Frans, Turks en Arabisch) - gegevens bij 4 221 deelnemers. Die deelnemers werden aangesproken via een representatief staal van 34 erkende organisaties. Het kwalitatieve onderzoeksluik bestond uit diepte-interviews met 19 deelnemers en een rondetafelgesprek met 7 professionals uit de sociaal-culturele sector. We streefden vooral naar veel variatie in de groep van respondenten om zoveel mogelijk verschillende stemmen aan het woord te laten.

3. Wat betekent deelnemen?

Een participatieonderzoek begint best met de vraag wat we precies begrijpen onder participatie. In deze studie omschrijven we participatie als de betrokkenheid bij een of meer activiteiten of praktijken van een erkende sociaal-culturele organisatie. Die betrokkenheid vergt aandacht, tijd en meestal ook een fysieke of online aanwezigheid. De manieren van participeren zijn echter heel uiteenlopend: van het bieden van een eigen inbreng tot het louter gebruiken van een bepaalde dienst, van activiteiten waarvoor moet ingeschreven worden tot losse en open activiteiten, van fysieke tot online betrokkenheid ...

Het begrip 'deelnemers' gebruiken we in dit onderzoek als een koepelbegrip. Ook leden van organisaties beschouwen we als deelnemers (54,3% van de deelnemers zijn ook betalend lid van de organisaties, zo leren we uit het onderzoek). Ook vrijwilligers en bestuursvrijwilligers bekijken we in deze studie als (een vorm van) deelnemers. Zij vertonen immers allen een betrokkenheid bij sociaal-culturele praktijken. Het spreekt voor zich dat de mate van betrokkenheid wel erg kan verschillen.

4. Wie neemt deel?

De verzamelde data in ons onderzoek geven aan dat het profiel van de deelnemers aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk het voorbije anderhalf decennium vrij stabiel is gebleven. De gemiddelde betrokkene bij het sociaal-cultureel volwassenenwerk is nog steeds voornamelijk vrouwelijk, hooggeschoold, en heeft veelal uitsluitend de Belgische nationaliteit. Toch zijn er ook een aantal opvallende verschuivingen ten opzichte van het vorige participatieonderzoek in deze sector (2010). De meest opvallende is de toename van de gemiddelde leeftijd.

We geven hieronder de voornaamste conclusies met betrekking tot het socio-demografisch profiel van deelnemers weer.

De **gemiddelde leeftijd** van alle deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenenwerk is vandaag **bijna 64 jaar**. Als we de seniorenverenigingen (die dit gemiddelde uiteraard optrekken) buiten beschouwing laten, ligt die gemiddelde leeftijd op 60 jaar. Zelfs als we rekening houden met een zekere bias (bv. gepensioneerd hebben meer tijd om enquêtes in te vullen), wijst dit op een toename van de deelnemersleeftijd sinds de vorige meting in 2010 (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010). Toen lag de gemiddelde leeftijd – afhankelijk van het type organisatie – tussen 45 en 55 jaar. De toename is niet alleen te verklaren door de demografische veranderingen, maar ook door andere factoren, zoals de veranderende vrijetijdseconomie en andere beleidsaccenten (algemeen, zoals de verhoogde pensioenleeftijd, waardoor mensen pas op latere leeftijd meer vrije tijd krijgen, maar ook specifiek het erkenningsbeleid in het sociaal-cultureel volwassenenwerk). Toch is de stijging van de gemiddelde leeftijd niet alleen aan sectorexterne veranderingen toe te schrijven. We stellen ook vast dat ze duidelijk veel sociaal-culturele organisaties zorgen baart, ook al varieert de toename van de gemiddelde leeftijd van organisatie tot organisatie en vooral van activiteit tot activiteit. Omdat de stijging van de gemiddelde leeftijd van de deelnemers geen kwestie is van (alleen) *vergrijzing* (nl. door het steeds gemakkelijker aantrekken van oudere generaties) maar vooral van *ontgroening* (nl. het steeds moeilijker aantrekken van jongere generaties), leveren veel organisaties zeer bewust inspanningen om jongere volwassenen aan te trekken.

Vergeleken met de hele Vlaamse bevolking zijn **vrouwen duidelijk oververtegenwoordigd** onder de deelnemers (63,2%). Dat is bij alle types van organisaties in het sociaal-cultureel volwassenenwerk het geval, maar vooral bij de regionale organisaties (Avansa's). Dat kan te maken hebben met het aanbod, zoals de thema's die de organisaties naar voor schuiven, maar tevens met het feit dat ook het personeelsbestand in de sociaal-culturele sector vooral uit vrouwen bestaat. De deelnemerspopulatie lijkt het voorbije anderhalf decennium wel niet verder vervrouwelijkt.

Deelnemers aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk zijn gemiddeld genomen relatief **hoog opgeleid**: 58% heeft een diploma hoger onderwijs. Dat percentage is gestegen sinds 2010, wat we kunnen toeschrijven aan de algemene stijgende scholarisatiegraad in de samenleving. Er zijn echter verschillen naargelang van de gerichtheid en het type van sociaal-culturele organisatie. Laaggeschoolden worden het best bereikt door doelgroeporganisaties en verenigingen die vooral inzetten op het samenbrengen van mensen en het versterken van gemeenschappen.

Bijna een op tien deelnemers (9,3%) aan sociaal-cultureel volwassenenwerk geeft aan moeilijk tot zeer moeilijk rond te komen met het huidige **inkomen**. Dat percentage is vergelijkbaar met de algemene bevolking in Vlaanderen. Ook op dat vlak zijn er echter verschillen naargelang van de gerichtheid en het type van organisatie. Zo tellen organisaties die vooral werken rond inclusiviteit meer mensen die aangeven moeilijk rond te komen.

Hoewel hun aandeel is gestegen, vormen deelnemers met een **migratieachtergrond** nog steeds een minderheid in het sociaal-cultureel volwassenenwerk (9,6%). Vooral de zogenaamde derdelanders (3,9%) vinden we weinig terug in het totale deelnemersbestand. Bij de regionale Avansa's ligt het aandeel deelnemers met een buitenlandse herkomst wel merkkelijk hoger dan in 2010, maar de verschillen tussen de regio's zijn groot.

5. Hoe neemt men deel?

De **participatiefrequentie** varieert sterk onder de deelnemers. Van alle deelnemers neemt bijna een kwart meermaals per maand deel aan sociaal-culturele activiteiten. Vier op de tien deelnemers neemt meermaals per jaar maar minder dan maandelijks deel. Er is ook een aanzienlijk deel (21%) dat het voorgaande jaar slechts één keer heeft deelgenomen of zelfs minder dan jaarlijks deelneemt.

Elke participatie begint met een **participatievonk**. In de studie onderscheiden we drie niveaus waarop de participatievonk kan ontstaan: het *individuele* niveau (persoonlijke interesse, zelfuitdaging, emotionele noodzaak ...), het *interpersoonlijke* of netwerkniveau (connectie met andere personen, hulp willen bieden aan anderen ...) en het *maatschappelijke* niveau (zoeken naar maatschappelijke meerwaarde, de drive tot maatschappelijke verandering ...).

De afweging om al dan niet deel te nemen is ten dele individueel. Het is een **afweging** die vandaag vaak zeer overdacht gebeurt door de deelnemers. Dat betekent dat sociaal-culturele organisaties voor de (potentiële) deelnemers vandaag meer dan ooit een antwoord moeten kunnen bieden op de vraag: *wat ga jij aan die deelname hebben?* Ook de omgeving speelt daarin een belangrijke rol. Vaak is er voor participanten een andere persoon, een **'relevante derde'**, die een vraag stelt, informatie doorspeelt of op een andere manier invloed kan uitoefenen op de deelnamebeslissing. Niet alleen deelname maar ook de keuze *tot* deelname wordt dus sociaal vormgegeven.

Het fenomeen van het **lidmaatschap** bij sociaal-culturele organisaties is nog steeds vrij courant in deze sector. Een lidmaatschap is vaak een gevolg van de deelname, en niet zozeer een voorwaarde of een motivatie ervoor. Een derde van de leden geeft aan te kunnen rekenen op een financiële korting bij bepaalde activiteiten van de organisatie waarbij ze lid zijn, soms ook op een korting op producten of diensten. Het is dus duidelijk niet zo dat lidmaatschap altijd financiële voordelen geeft.

De deelnamepatronen van deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenenwerk zijn dermate verschillend dat ze moeilijk op één 'ladder' kunnen worden geplaatst van weinig naar veel. Daarom stellen we in deze studie een participatieraster voor dat vier dimensies bevat: inzet, inspraak, tijd en plaats. Dat raster helpt om de participatie van een individu of groep te positioneren en te vergelijken, maar ook om evoluties in de tijd vast te stellen. Participatie is immers vaak discontinu en fluctueert (nu eens wel, dan weer niet).

Bijna drie op de tien respondenten (29%) neemt niet enkel deel aan een activiteit, maar geeft activiteiten ook mee vorm als **activiteitsvrijwilliger of bestuurslid**. Het aandeel vrijwilligers verschilt wel aanzienlijk naargelang van organisatietype: de regionale Avansa's tellen zelf relatief weinig vrijwilligers (13%), terwijl participatiegerichte organisaties relatief veel vrijwilligers (37%) hebben. Vrijwillig engagement kan vanuit verschillende motieven gebeuren. We legden de vrijwilligers zeven types van motieven voor aan de hand van een reeks stellingen: *waarden (altruïstische en humanitaire motieven), zelfbescherming (om persoonlijke problemen tegen te gaan), carrièrerichte motieven, sociale motieven, leermotieven, persoonlijke ontplooiing en financiële motieven*. Uit de studie blijkt dat vrijwilligerswerk in de eerste plaats gebeurt vanuit altruïstische en humanitaire motieven (men vindt het belangrijk anderen te helpen of

bij te dragen aan zaken die voor hen belangrijk zijn), maar ook persoonlijke ontwikkeling en de ontwikkeling van cognitieve en niet-cognitieve competenties vormen belangrijke motieven. De vrijwilligers willen dus ook graag bijleren. De motieven om te vrijwilligen in het sociaal-cultureel volwassenwerk variëren wel naar gender, leeftijd, opleiding, etnisch-culturele herkomst en financiële situatie van de vrijwilliger.

Ten slotte stellen we vast dat sociaal-culturele participatie vaak **cumulatief** werkt. Participatie in een sociaal-culturele organisatie zet vaak aan tot participatie in andere organisaties, binnen of buiten de sector van door de overheid erkende spelers. Mensen participeren in organisaties die tegemoetkomen aan hun individuele nood of drang op dat moment, ongeacht of die organisaties gesubsidieerd worden door een of meer overheden. Opvallend: cumulatie van participatie kan ook tot zogenaamde **overparticipatie en civic burn-out** leiden, zo leren we uit het kwalitatieve onderzoeksluik. Mensen hebben dan zo'n intens participatiepatroon (bv. veel deelnames gecombineerd met veel taken en verantwoordelijken als vrijwilliger), waardoor ze soms gedwongen worden een participatiepauze in te laten.

6. Aan welke activiteiten neemt men deel?



Als we deelnemers vragen te rapporteren over het type van sociaal-culturele activiteiten waaraan ze deelnamen, dan wordt duidelijk dat onder de noemer ‘sociaal-cultureel werk’ een zeer **divers geheel aan soorten activiteiten, werkvormen en thema’s** past. De sociaal-culturele activiteiten die de respondenten het best herinneren zijn vooral vormings-, creatieve, culturele, ontmoetingsactiviteiten en – opvallend – sport- en reisactiviteiten.

7. Waarom neemt men deel en wat neemt men eruit mee?

Onze studie maakt duidelijk dat er aan de kant van de deelnemers vier grote dimensies van **motieven** zijn om deel te nemen: *zelfontplooiing, ontmoeting, altruïsme* en *ontspanning*. Zelden is er sprake van slechts één motief voor participatie. Deelnemers combineren motieven. Wel blijkt dat de wil om nieuwe kennis en vaardigheden op te doen, bij het leeuwenaandeel van de deelnemers aanwezig is. Deze motieven variëren naargelang van het type activiteit en organisatie, en hangen ook samen met de

socio-demografische kenmerken van de deelnemers en de levensfase waarin die zich bevinden. Opmerkelijk is dat de redenen voor deelname vooral lijken aan te tikken op drie van de vier decretale functies, met name de leerfunctie, gemeenschapsvormende functie en maatschappelijke bewegingsfunctie, maar niet de cultuurfunctie.

De **betekenis en waarde** van deelname aan sociaal-culturele activiteiten werden in de studie gemeten door de deelnemers een lijst van mogelijke effecten voor te leggen, waaruit zij zelf meerdere effecten konden selecteren. Meest geselecteerd waren ontmoeten van mensen met gelijke interesses, bijleren van nieuwe dingen, ontmoeten van mensen die men anders nooit zou ontmoeten, zich amuseren en ontspannen, en positief bijdragen aan iets dat belangrijk is.

Tot slot maken we uit onze studie op dat deelnemers aan sociaal-culturele activiteiten moeite hebben om de hele sociaal-culturele **sector te 'zien' en te begrijpen**. Toch kennen veel deelnemers meerdere erkende organisaties. Een deelnemer kent gemiddeld ongeveer 30 van de 130 erkende organisaties. De bekendheid van de organisaties varieert afhankelijk van de achtergrondkenmerken van de deelnemers. Sommige organisaties komen bekender voor dan andere. Hoewel er weinig bekendheid is met de sector als geheel, uiten veel deelnemers wel hun **waardering voor het sociaal-cultureel middenveld**, vooral voor de organisatie(s) waar ze zelf aan deelnemen. Mensen waarderen de gevoelens van gemeenschap en solidariteit die ze er ervaren. Over het algemeen wordt sociaal-cultureel volwassenenwerk echt gezien als vertegenwoordiger van het collectief, vooral gericht op samenleven en het bevorderen van gemeenschap.

8. Aandachtspunten voor praktijk en beleid

Wat betekenen deze vaststellingen voor beleid en sector? Op basis van de resultaten lijsten we hieronder enkele punten op waar alertheid of actie gewenst en vaak ook noodzakelijk is.

- Vooreerst is er de opvallende leeftijdstoename van de gemiddelde deelnemer. Dat toegenomen gemiddelde baart duidelijk zorgen. Vele sociaal-culturele organisaties ondernemen actie om jongere volwassenen aan te trekken, soms door kleine ingrepen op activiteitsniveau, soms ook door een aanpassing van hun organisatiestructuur of door samenwerking met andere organisaties. Ondank alle inspanningen blijft het echter belangrijk als sector en overheid om de leeftijdstoename onder ogen te zien en daarover te reflecteren. We verwachten dat door de vergrijzing, die eigenlijk vooral een ontgroening van de sector is, bepaalde sociaal-culturele praktijken, activiteiten en zelfs organisatiestructuren of gehele organisaties als **generatiefenomenen** zullen verdwijnen.
- Ons onderzoek toont verder ook dat bepaalde groepen in de samenleving nog steeds niet of disproportioneel minder deelnemen, wat kan wijzen op een probleem in **toegankelijkheid of zelfs exclusie**. Dat versterkt de bezorgdheid (ook in de sector zelf) dat het sociaal-cultureel werk niet langer de vinger aan de pols heeft bij een aantal maatschappelijke groepen. Vooral wat het bereiken van personen met een andere nationaliteit betreft, is dat een aandachtspunt voor de sector als geheel. Uiteraard heeft ook op dit punt niet elke organisatie noodzakelijk dezelfde mogelijkheden of ambities.
- De frequentie en regelmaat van participatie varieert erg tussen individuen en over organisaties. Het sociaal-cultureel veld steunt op heel wat frequente deelnemers, maar er zijn ook heel wat sporadische deelnemers en bij velen fluctueert de deelname over de levensloop. Als organisatie en sector is het daarom belangrijk te blijven monitoren wat er precies speelt in de samenleving, om vervolgens flexibel op de veranderende noden en behoeften van volwassenen in te spelen. Bovendien mogen organisaties er niet op rekenen dat personen die één keer participeren, dat ook zullen blijven doen. De **onvoorwaardelijke en 'eeuwige' participant wordt steeds zeldzamer**. Maar omgekeerd is het niet zo dat wie lange tijd niet meer participeert, ook niet meer zal 'terugkomen' naar de sociaal-

culturele sector. In het verlengde daarvan is het niet (langer) zinvol te spreken over participatie als een wel-of-niet-kwestie. Zeker vanuit het oogpunt van de deelnemer is participatie veel meer fluïde met een nu-eens-wel-dan-weer-niet-karakter. Het is zaak dat organisaties dat inzicht in hun deelnemers- en vrijwilligersmanagement meenemen, en niet-deelname niet louter vanuit een deficit benaderen ('Iemand haakt af').

- Daarnaast zagen we dat **participatie cumulatief werkt**: participatie bij de ene organisatie geeft aanleiding tot deelname bij een andere organisatie. Deze *kettingreactie* volgt geenszins de grenzen van de gesubsidieerde sector. De cumulatie van participatie leidt soms ook tot 'overparticipatie', zeker bij vrijwilligers. Dat moment van overparticipatie vormt een kantelpunt dat zeker aandacht en zorg vraagt van organisaties. Het vermijden van een *civic burn-out* en 'overvrijwilligen' (door steeds een beroep te doen op dezelfde personen), is iets dat organisaties best meenemen in het programmeren van activiteiten en het ondersteunen en managen van vrijwilligers (Reed & Selbee, 2001).
- Ons onderzoek toont voorts dat we niet mogen onderschatten hoe **participatie collectief wordt gedetermineerd**. Ook al is de uiteindelijke beslissing tot deelname een individuele beslissing, ze wordt in vele gevallen ingegeven door andere personen (relevante derden). Organisaties weten dat en zetten daar ook op in via buddy's, ambassadeurs en dergelijke. Het rekruteren van nieuwe leden en deelnemers via bestaande leden en deelnemers en mond-tot-mondreclame in het bijzonder is daarbij een klassieke en sterk wervende strategie, die veelvuldig wordt ingezet. Het heeft echter als potentieel nadeel dat er – misschien ongewild – mogelijk een sociale homogenisering plaatsvindt van het deelnemersbestand met sterk op elkaar gelijkende deelnemersprofielen op het vlak van leeftijd, sociale achtergrond en interesses. Die strategie kan ertoe leiden dat de psychologische drempel nog groter wordt voor personen die niet hetzelfde profiel hebben als de personen die wel al deelnemen.
- Ook persoonlijke motieven wegen meer en meer door bij de afweging om al dan niet deel te nemen aan een sociaal-culturele activiteit en de keuze voor een organisatie. Dat impliceert dat veel organisaties, anders dan vroeger, toen deelname nog vaak en vanzelfsprekend van generatie op generatie werd doorgegeven, een **intensieve en gepersonaliseerde wervingsstrategie** moeten hanteren.

9. Verder onderzoek?

Ons onderzoek nodigt uit tot verder onderzoek. We onderscheiden een zestal prioritaire onderzoekstopics:

1. Dit onderzoek brengt enkel de erkende sociaal-culturele organisaties in beeld. Daarnaast bestaat er echter nog een hele wereld aan andere sociaal-culturele praktijken. Over die wereld en haar deelnemers weten we nog te weinig. Er is zeker nood aan onderzoek dat zich verder toespitst op deelnemers van zogenaamde **burgerinitiatieven**. *Wat is het bereik van deze burgerinitiatieven? En zijn de participanten en de deelnamepatronen vergelijkbaar met die van de erkende sociaal-culturele organisaties?* Binnen onze studie hebben we getracht die vragen te beantwoorden door de survey ook bij burgerinitiatieven te laten circuleren. De respons was echter te beperkt om representatieve uitspraken over die groep van organisaties te doen. Daarom pleiten we voor specifiek onderzoek waarin burgerinitiatieven centraal staan, met onderzoeksmethoden die aangepast zijn aan de eigenheid van die organisaties.
2. De toename van de gemiddelde leeftijd van deelnemers aan erkend sociaal-cultureel werk voor volwassenen, roept veel vragen op, ook bij de organisaties zelf. Door de **manieren** in kaart te brengen **waarop erkende organisaties ontgroening tegengaan** en ze te evalueren op hun effectiviteit, kunnen organisaties ondersteund worden om dit fenomeen te keren.
3. In dit onderzoek stelden we vast dat **lidmaatschap** in het sociaal-cultureel werk niet meer de 'maat der dingen' is. Heel wat organisaties hebben de vaste traditie om te werken met individueel

en betaald jaarlijks lidmaatschap aangepast en sommige organisaties hebben het idee van lidmaatschap zelfs helemaal losgelaten (zie ook: Godemont, 2023). Verder onderzoek kan die veranderingen scherper in beeld brengen en nagaan waarom organisaties wel of niet voor lidmaatschap blijven kiezen of hoe zij hun lidmaatschapsformules aan het veranderen zijn. Ook de financiële pro's en contra's van het werken met een lidmaatschapsbijdrage (voor zowel de organisatie als de financiële afweging bij het lid) verdienen verder onderzoek.

4. **Digitale deelname** is in opmars maar vormde geen hoofdfocus in dit onderzoek. Op basis van de bevraging kunnen we nog geen gegronde uitspraken doen over het profiel van digitale participanten of de betekenis van deze vorm van participatie voor de digi-deelnemers. Met een studie die specifiek gericht is op digitale participatie aan sociaal-cultureel volwassenenwerk zouden organisaties inzicht kunnen krijgen in hoe zij hun (potentiële) deelnemers gericht digitaal kunnen bereiken.
5. Organisaties en deelnemers staan niet los van elkaar. Ze verwijzen (naar) elkaar door, werken samen, linken deelname hier met deelname elders, zoeken naar afstemming in hun werkwijzen enzovoort. Een vervolgstudie zou deze **vernetwerking** van sociaal-culturele organisaties verder kunnen analyseren, bijvoorbeeld door middel van een netwerkanalyse op gemeentelijk niveau.
6. Tot slot: de **cultuurfunctie** lijkt vanuit het perspectief van de deelnemer van een andere orde dan de andere drie decretale functies. Simpel gesteld: deelnemers verwijzen niet naar cultuur als een aspect dat hen aanzet om deel te nemen, maar zien veel activiteiten waaraan ze deelnemen wel als activiteiten die creatief of cultureel zijn. Ander onderzoek toont tevens aan dat sociaal-culturele organisaties vandaag eerder terughoudend zijn om de cultuurfunctie in hun functiemix op te nemen (Jans & Van Gucht, 2022). Dat vraagt verder onderzoek, te beginnen bij de vraag naar het cultuurbegrip van beleidsmakers, organisaties én deelnemers. Verder kan worden nagegaan of de cultuurfunctie wel op eenzelfde manier 'fungeert' als de andere functies en welke lessen daar voor het beleid uit getrokken kunnen worden.

10. Referenties

Godemont, S. (2023). *Verenigingsdemocratie*. Brussel: Socius.

Jans, M. & Van Gucht, J. (2022). *Stromen in de civiele samenleving. Een analyse van de goedgekeurde subsidieaanvragen sociaal-cultureel volwassenenwerk 2021-2025*. Brussel: Socius.

Reed, P.B., & Selbee, L.K. (2001). The civic core in Canada: Disproportionality in charitable giving, volunteering, and civic participation. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 30(4), 761-780.

Vermeersch, L., Vandenbroucke, A. (2010). *Het deelnemers- en participatieprofiel van participanten aan sociaal-cultureel volwassenenwerk*. Leuven: HIVA-KU Leuven.