



Deelnemersonderzoek sociaal-cultureel volwassenenwerk

De waarde en betekenis van deelname voor de participant

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

Lode Vermeersch, Jessy Siongers & Bram Spruyt

2024

Onderzoek in opdracht van 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 verveelvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Inhoud

Lijst tabellen	5
Lijst figuren	6
1 Aanleiding en onderzoeksvragen	8
2 Kwantitatieve methode: survey	10
2.1 Dataverzameling	10
2.2 Soorten organisaties	12
3 Kwalitatieve methodes: interviews en rondetafel	15
3.1 Interviews met deelnemers	15
3.2 Rondetafelgesprek met professionals	17
3.3 Analyses	17
4 Het wat, hoe en waarom van deelname	18
4.1 Wat is participatie?	18
4.2 De hoedanigheid van de deelnemer	20
4.3 De frequentie van deelname	24
4.4 Wat doet participatie toenemen?	24
4.5 Cumulatieve participatie volgens een 'kettingreactie'	25
4.6 Het risico op 'overparticipatie'	26
4.7 De participatievonk: 'needs arousal' en het belang van een relevante derde	27
4.8 Motieven en aspiraties van deelnemers	31
4.8.1 Algemene vrijetijdsmotieven	31
4.8.2 Motieven voor deelname	33
4.8.3 Motieven naargelang organisatie en activiteit	34
4.9 Lidmaatschap	40
5 Het profiel van deelnemers	42
5.1 Leeftijd	42
5.1.1 De cijfers	42
5.1.2 De toename van de gemiddelde leeftijd geduid	46
5.1.3 De oorzaken van de stijging van de gemiddelde leeftijd	47
5.1.4 Hoe reageren sociaal-culturele organisaties op een veranderend leeftijdsprofiel?	49
5.2 Gender	50
5.3 Opleiding	52
5.4 Maatschappelijke positie	54
5.5 Subjectief inkomen	55
5.6 Migratieachtergrond	56
5.7 Gezondheid	57
6 Patronen en effecten van deelname	59
6.1 Activiteiten	59
6.2 Deelnamepatronen	62
6.2.1 Van participatieladder naar raster van deelnamepatronen	62
6.2.2 De verschillende gedaanten van de participant	64
6.3 Effecten van deelname	65
6.3.1 Algemeen	65
6.3.2 Naar cluster van organisaties	67

7 Vrijwillig engagement	70
8 Waarden van en waardering door deelnemers	76
8.1 Welke maatschappelijke waarden vinden deelnemers belangrijk?	76
8.2 Hoe goed (her)kennen deelnemers de sector van het sociaal-cultureel werk?	80
8.3 Hoe en waarom waarderen de deelnemers het sociaal-cultureel werk?	81
8.3.1 Van herkenning naar waardering	81
8.3.2 Soorten van waardering	82
9 Conclusies en aanbevelingen	85
9.1 Inleiding: participatie, een rekbaar begrip	85
9.2 Het participantenbestand: gegeven of maakbaar?	85
9.3 De opvallende toename van de gemiddelde leeftijd van deelnemers	86
9.4 Participatiefrequentie en cumulatieve deelname	86
9.5 Participatie: een samenspel van behoeften en motieven	87
9.6 Deelnamepatronen	88
9.7 De relevante derde	88
9.8 Kennis, waardering en waarden	88
10 Suggesties voor verder onderzoek	90
10.1 Burgerinitiatieven	90
10.2 Hoe sectorontgroening tegengaan?	90
10.3 Lidmaatschap	90
10.4 Digitaal deelnemen	91
10.5 Een netwerkanalyse van het sociaal-cultureel werk	91
10.6 Cultuurfunctie: een functie van een andere orde	91
Referenties	92

Lijst tabellen

Tabel 1.	Steekproefkader: aantal organisaties in Vlaanderen (aantal geselecteerde organisaties in de steekproef) voor elke combinatie stroom en gerichtheid	10
Tabel 2.	Gerealiseerde steekproef: aantal organisaties in Vlaanderen (aantal geselecteerde organisaties – aantal effectief deelnemende organisaties)	11
Tabel 3.	Gerealiseerde steekproef: aantal individuele respondenten	12
Tabel 4.	Hergroepering van tien stromen naar vijf clusters van organisaties met aantal respondenten in de gerealiseerde steekproef	13
Tabel 5.	Vrijtijdsmotieven naargelang socio-demografische kenmerken (multivariate regressieanalyses)	38
Tabel 6.	Soort van sociaal-culturele activiteit waaraan deelgenomen door de respondenten	60
Tabel 7.	Vrijwilligersmotieven naargelang socio-demografische kenmerken (multivariate regressieanalyses)	74

Lijst figuren

Figuur 1.	Indeling deelnemende organisaties volgens cluster-typologie	14
Figuur 2.	Manier waarop deelnemers het voorbije jaar betrokken waren bij activiteiten van de organisatie, meerdere antwoorden mogelijk (n=3885)	21
Figuur 3.	Manier waarop deelnemers deelnemen aan activiteiten van de organisatie naargelang cluster van de organisatie (n=3885)	22
Figuur 4.	Manier waarop deelnemers deelnemen aan activiteiten van de organisatie naargelang gerichtheid van de organisatie (n=3885)	23
Figuur 5.	Aantal keer deelgenomen aan activiteiten van de organisatie het voorbije jaar (% , n=3337)	24
Figuur 6.	Initiatief voor de eerste deelname (n=3337)	27
Figuur 7.	Algemene vrijetijdsmotieven van deelnemers (%)	32
Figuur 8.	Mate waarin redenen belangrijk zijn om deel te nemen aan de geselecteerde activiteit (n varieert van 2637 tot 3222): percentages 'belangrijk' en 'heel belangrijk'	34
Figuur 9.	Motieven voor deelname aan activiteit: gemiddelde schaalscores naargelang type activiteit	36
Figuur 10.	Motieven voor deelname aan activiteit: gemiddelde schaalscores naargelang cluster (met betrouwbaarheidsintervallen)	37
Figuur 11.	Financiële voordelen verbonden aan lidmaatschap (enkel voorgelegd aan personen die lid zijn van een organisatie, n=2071)	41
Figuur 12.	Mate waarin financiële voordeel belangrijk was om lid te worden (n=1004)	41
Figuur 13.	Leeftijdsverdeling deelnemers alle organisaties (n=3887) en organisaties exclusief seniorenverenigingen (n=2796): aantal respondenten per leeftijd en voortschrijdende gemiddelden	42
Figuur 14.	Leeftijdsverdeling deelnemers in alle organisaties (n=3887) en organisaties exclusief seniorenverenigingen (n=2796):	43
Figuur 15.	Leeftijdsverdeling bij respondenten vergeleken met leeftijdsverdeling bij de Belgische volwassen populatie in 2010 en 2023	44
Figuur 16.	Gemiddelde leeftijd deelnemers naar gerichtheid (n=3864)	45
Figuur 17.	Leeftijdsverdeling deelnemers naar gerichtheid (n=3864)	45
Figuur 18.	Gemiddelde leeftijd deelnemers naar cluster (n=3864)	46
Figuur 19.	Leeftijdsverdeling deelnemers naar cluster (n=3864)	46
Figuur 20.	Genderverdeling deelnemers (n=3902)	51
Figuur 21.	Genderveldeling deelnemers naar cluster (n=3879)	51
Figuur 22.	Genderveldeling deelnemers naar gerichtheid (n=3878)	52
Figuur 23.	Hoogst behaalde diploma deelnemers (n=3820)	53
Figuur 24.	Hoogste diploma deelnemers naargelang gerichtheid (exclusief categorie 'andere', n=3795)	54
Figuur 25.	Hoogste diploma deelnemers naargelang cluster (exclusief categorie 'andere', n=3795)	54
Figuur 26.	Maatschappelijke positie deelnemers (% , n=3876)	55
Figuur 27.	Subjectief inkomen deelnemers (% , n=3777)	55

Figuur 28.	Subjectief inkomen deelnemers naar gerichtheid (% , n=3759)	56
Figuur 29.	Subjectief inkomen deelnemers naar cluster (% , n=3759)	56
Figuur 30.	Deelnemers met een migratieachtergrond naargelang gerichtheid (% , n=3836)	57
Figuur 31.	Deelnemers met een migratieachtergrond naargelang cluster (% , n=3836)	57
Figuur 32.	Algemene gezondheid: Hoe ervaart respondent zijn of haar gezondheid? (% , n=3786)	58
Figuur 33.	Ervaringen van gezondheidsproblemen en de invloed ervan bij dagelijkse activiteiten (%)	58
Figuur 34.	Thema('s) waaronder de geselecteerde activiteit ressorteert (meerdere antwoorden mogelijk, n=3436)	61
Figuur 35.	Impact van deelname aan activiteit (% , n=3365; meerdere antwoorden mogelijk)	66
Figuur 36.	Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van organisaties die focussen op solidariteit en inclusiviteit: tien meest genoemde effecten (% , n=434; meerdere antwoorden mogelijk)	67
Figuur 37.	Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van organisaties die focussen op participatie: tien meest genoemde effecten (% , n=1628; meerdere antwoorden mogelijk)	68
Figuur 38.	Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van organisaties die focussen op duurzaamheid: tien meest genoemde effecten (% , n=222; meerdere antwoorden mogelijk)	68
Figuur 39.	Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van organisaties die focussen op Individu: tien meest genoemde effecten (% , n=616; meerdere antwoorden mogelijk)	69
Figuur 40.	Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van regionale organisaties: tien meest genoemde effecten (% , n=451; meerdere antwoorden mogelijk)	69
Figuur 41.	Percentage deelnemers dat aangeeft vrijwilliger te zijn en/of bestuurstaken op te nemen naargelang cluster (n=3861)	70
Figuur 42.	Vrijwilligersmotieven: mate waarin men een motief belangrijk acht (n varieert van 821 tot 871)	72
Figuur 43.	Gemiddelde scores op schalen Volunteer Functions Inventory (0-10) en schaal financiële motivatie (n varieert van 835 tot 879)	73
Figuur 44.	De drie waarden die deelnemers aan sociaal-cultureel werk het belangrijkste vinden (% , n=3296)	77
Figuur 45.	Top vijf waarden naargelang cluster van organisaties (% , n=3296)	78
Figuur 46.	Waarden van deelnemers naargelang cluster van organisaties (% , n=3296; selectie van drie belangrijkste waarden)	79

1 | Aanleiding en onderzoeksvragen

Het aantal personen dat betrokken is bij sociaal-culturele praktijken in Vlaanderen is moeilijk te kwantificeren, maar dat het er erg veel zijn staat buiten kijf. In 2012 becijferde de FOV (nu: De Federatie) dat het jaarlijks om zo een 10 miljoen deelnemers gaat aan activiteiten van erkende sociaal-culturele organisaties, een getal dat ook vandaag nog vaak circuleert. De erkende sociaal-culturele organisaties met een verenigingsstructuur zouden samen ongeveer 14 000 lokale afdelingen of groepen kennen. In de sector zouden om en bij de 180 000 vrijwilligers actief zijn (bron: website van De Federatie, december 2023).

Uitgaande van deze cijfers is het opmerkelijk dat we vandaag vrij weinig weten over de participanten aan sociaal-culturele praktijken. Een recent en gedetailleerd beeld ontbreekt. Het vorige onderzoek naar het profiel van de participanten aan sociaal-culturele praktijken is ondertussen veertien jaar oud (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010). Sindsdien veranderde onze samenleving aanzienlijk. Denk aan de toenemende diversiteit, de vergrijzing die zich verderzet weliswaar met meer gezonde ouderen, het verder stijgend opleidingsniveau, ... Ook vond heel wat verandering plaats in het sociaal-cultureel werk zelf: meer flexibele lidmaatschappen, een groeiende aandacht voor en bezorgdheid over het vrijwilligerswerk, een aangepast overheidsbeleid, ... En ook de covidpandemie had uiteraard een impact op zowel de samenleving als de sociaal-culturele sector in het bijzonder. Dat alles maakt dat we lang niet zeker meer zijn dat de deelnemer aan sociaal-cultureel werk voor volwassenen anno 2024 nog dezelfde kenmerken heeft als in 2010. Evenmin hebben we zicht op hoe die deelnemers vandaag precies participeren en hoe zij zelf kijken naar de eigen deelname en de praktijken waaraan zij deelnemen. Deze studie tracht die leemte weg te werken.

In deze studie staan deze onderzoeksvragen centraal:

- **Wie zijn de deelnemers aan praktijken in het sociaal-cultureel werk voor volwassenen?**
- **Wat zijn de kenmerken van hun deelname?**
- **Welke betekenis en waarde wordt door de deelnemers gehecht aan sociaal-culturele praktijken?**

De drie onderzoeksvragen hebben ieder een verschillende focus: een focus op de *deelnemers* zelf (Wie zijn zij?), een blik op hun *gedrag* (Welk soort participatie vertonen ze? Hoeveel? Hoelang? ...) en op hun *kijk en waardering* van het sociaal-cultureel werk (Waarom vertonen ze dat soort deelnamegedrag? Wat betekent dit voor hen? Welke waarde hechten ze eraan? ...). Deze drie benaderingen leveren drie soorten van gegevens op. Onderstaande tabel geeft een overzicht.

Onderzoeksvraag	Type gegevens	Specifieke gegevens die worden verzameld
Wie zijn de deelnemers?	Socio-demografische gegevens	<ul style="list-style-type: none"> - Leeftijd - Geslacht - Nationaliteit - Socio-economische situatie - ...
Wat zijn de kenmerken van hun deelname?	Gedrag-beschrijvende data	<ul style="list-style-type: none"> - Wanneer wordt deelgenomen? - Hoe vaak wordt deelgenomen? - Wat zijn redenen om deel te nemen? - Wordt deelname gecombineerd met lidmaatschap? - ...
Welke betekenis en waarde wordt door de deelnemers gehecht aan sociaal-culturele praktijken?	Psychografische data	<ul style="list-style-type: none"> - Hoe goed kennen de deelnemers het sociaal-cultureel werk? - Wat denken ze over de organisatie(s)/sector? - Wat dragen ze verder mee op basis van hun deelname? - Wat vinden zij belangrijk in de samenleving? - ...

We gaan ervan uit dat de drie centrale onderzoeksvragen en ook het type van gegevens dat we samenbrachten om deze vragen te beantwoorden samenhangen, in de zin dat ze elkaar beïnvloeden. Dat wil zeggen dat bijvoorbeeld de socio-demografische kenmerken van een persoon of groep (bv. socio-economische situatie) het deelnamegedrag van die persoon of groep kunnen beïnvloeden (bv. het aantal deelnames op jaarbasis). We gaan er ook vanuit dat de causaliteit van die beïnvloeding niet altijd in dezelfde richting gaat. Zo zullen bepaalde gedragingen (bv. frequente deelname) een invloed kunnen hebben op psychografische data (bv. de waardering van een organisatie) maar kan dat ook net zo goed omgekeerd. Daarom zullen we de gegevens die we verzamelden – kwantitatief en kwalitatief - geïntegreerd presenteren en zullen we in dit onderzoeksrapport de onderzoeksvragen niet als strikt afzonderlijk behandelen.

In het volgende deel gaan we dieper in op de onderzoeksmethoden die we gebruikten.

2 | Kwantitatieve methode: survey

2.1 Dataverzameling

Een eerste methode om gegevens te verzamelen bestond uit het schriftelijk enquêteren van deelnemers aan sociaal-culturele praktijken. We maakten daarbij gebruik van een online in te vullen vragenlijst met een veertigtal vragen.

Uiteraard spreekt niet elke sociaal-culturele organisatie dezelfde deelnemers aan. Om een representatief beeld te krijgen van het profiel van de participanten aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk en van hun deelnamekenmerken was het daarom belangrijk met een weloverwogen, gestratificeerde toevalssteekproef te werken. Voor die steekproef namen we het steekproefkader van de vorige deelnemersbevraging als leidraad (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010), maar actualiseerden we de onderscheiden strata. Op die manier bleef vergelijking met de vorige bevraging mogelijk, tenminste voor wat betreft de vragen die in beide metingen werden opgenomen. We stemden de nieuwe steekproef ook af op het huidige landschap van het sociaal-cultureel werk. Voor het actualiseren van de strata baseerden we ons op de studie *Stromen in de civiele samenleving* (Jans & Van Gucht, 2022).

Hoe gingen we concreet te werk? We stratificeerden de 130 gesubsidieerde organisaties eerst volgens gerichtheid. Dat wil zeggen dat we een onderscheid maakten naargelang de organisaties zich richten op een doelgroep, een thema of een regio. We maakten tegelijk ook een onderscheid naar de tien 'stromen' of types organisaties uit het onderzoek van Jans en Van Gucht (2022). Bij een trekkingskans van drie op tien (33%) en met een minimale selectie van één organisatie per cel kwam de steekproef-trekking neer op een selectie van 42 organisaties die op toevalsbasis uit de verschillende cellen werden geselecteerd. De onderstaande tabel geeft een gedetailleerd overzicht.

Tabel 1. Steekproefkader: aantal organisaties in Vlaanderen (aantal geselecteerde organisaties in de steekproef) voor elke combinatie stroom en gerichtheid

Stromen	Gerichtheid		Totaal	
	Doelgroep	Thema	Regionaal	
Inclusief samenleven	16 (5)			16 (5)
Solidair samenleven	15 (5)	7 (2)		22 (7)
Participatie	13 (4)	15 (5)		28 (9)
Zin geven en identiteit vormen	6 (2)	10 (3)		16 (5)
Veerkrachtig leven	5 (2)	3 (1)		9 (3)
Werkbaar werken	3 (1)			3 (1)
Duurzaam samenleven		16 (5)		16 (5)
Delen als alternatief		5 (2)		5 (2)
Internationaal vredevol samenleven		3 (1)		3 (1)
Regionaal			13 (4)	
Totaal	58 (19)	59 (19)	13 (4)	130 (42)

Alle geselecteerde organisaties werden via online contactname of een telefonisch gesprek uitgebreid gebriefd over het doel en het opzet van het onderzoek. Van de 42 organisaties uit de steekproef gaven acht organisaties aan niet mee te willen of te kunnen werken aan het onderzoek. Bij weigering werd gebruik gemaakt van een reservesteekproef en werd de organisatie in kwestie vervangen door een andere organisatie uit dezelfde cel of, met andere woorden, een organisatie die *matcht* qua gerichtheid en stroom. Omdat een aantal organisaties zeer laat beslisten niet mee te werken of uiteindelijk de vragenlijst toch niet uitstuurden naar hun deelnemers, konden niet alle organisaties worden vervangen. In tabel 2 wordt de gerealiseerde steekproef op organisatieniveau weergegeven (aantal organisaties), in tabel 3 op individueel niveau (aantal respondenten).

De voornaamste reden die organisaties gaven om niet deel te nemen aan dit deelnemersonderzoek was de bezorgdheid omtrent de haalbaarheid, onder meer omdat er personeelwissels of een reorganisatie aan de gang was of omdat een collega lange tijd afwezig was. Daarnaast namen enkele organisaties niet deel omdat hun werking het moeilijk toeliet de vragenlijsten te verspreiden bij de deelnemers.

Tabel 2. Gerealiseerde steekproef: aantal organisaties in Vlaanderen (aantal geselecteerde organisaties – aantal effectief deelnemende organisaties)

Stromen	Gerichtheid		Totaal	
	Doelgroep	Thema	Regionaal	
Inclusief samenleven	16 (5 - 3)			16 (5 - 3)
Solidair samenleven	15 (5 - 4)	7 (2 - 2)		22 (7 - 6)
Participatie	13 (4 - 4)	15 (5 - 3)		28 (9)
Zin geven en identiteit vormen	6 (2 - 2)	10 (3 - 3)		16 (5)
Veerkrachtig leven	5 (2 - 1)	3 (1 - 1)		9 (3)
Werkbaar werken	3 (1 - 1)			3 (1)
Duurzaam samenleven		16 (5 - 4)		16 (5)
Delen als alternatief		5 (2 - 2)		5 (2 - 2)
Internationaal vredevol samenleven		3 (1 - 0)		3 (1-0)
Regionaal			13 (4 - 4)	
Totaal	58 (19 - 15)	59 (19 - 15)	13 (4 - 4)	130 (42 - 34)

Tabel 3. Gerealiseerde steekproef: aantal individuele respondenten

Stromen	Gerichtheid		Totaal	
	Doelgroep	Thema	Regionaal	
Inclusief samenleven	270			270
Solidair samenleven	114	48		162
Participatie	1667	314		1981
Zin geven en identiteit vormen	465	187		652
Veerkrachtig leven	12	42		54
Werkbaar werken	151			151
Duurzaam samenleven		41		41
Delen als alternatief		282		282
Internationaal vredevol samenleven		0		0
Regionaal			628	628
Totaal	2679	914	628	4221

Om de ondervertegenwoordiging van bepaalde cellen te corrigeren, werden weegcoëfficiënten berekend op organisatieniveau. Het gebruiken van weegcoëfficiënten liet toe om de gerealiseerde steekproef en de bevroegde respondenten een betere afspiegeling te laten zijn van het sociaal-cultureel veld in Vlaanderen. Het wegen op individueel niveau bleek helaas niet mogelijk wegens het ontbreken van betrouwbare deelnemersaantallen voor alle afzonderlijke gesubsidieerde organisaties.

De online enquête werd gebeurd net voor de zomer van 2023. Op 15 mei werden de eerste oproepen gelanceerd via de geselecteerde organisaties. De organisaties konden de uitnodiging tot deelname verspreiden via hetzij een uitnodigingsmail naar hun deelnemers, leden en/of vrijwilligers, hetzij door middel van een flyer uit te delen op een van hun activiteiten die plaats vonden tussen 16 mei en 30 juni. De uitnodiging werd in vijf verschillende talen (Nederlands, Engels, Frans, Turks en Arabisch) verstuurd en ook de online vragenlijst was beschikbaar in die vijf talen. Door met vragenlijsten in meerdere talen te werken, poogden we ook moeilijker bereikbare groepen te bereiken. Na de eerste uitnodigingsmail werden nog twee herinneringsmails verstuurd om de respons te verhogen en om ook moeilijker bereikbare groepen te overtuigen. De dataverzameling werd afgesloten op 14 juli 2023.

2.2 Soorten organisaties

In de analyses in dit rapport nemen we naast algemene beschrijvingen ook analyses naar het soort van sociaal-culturele organisaties op. Daartoe maken we gebruik van de opdeling die we ook hanteerden bij het steekproefkader. Het gaat met name om de *stromen*-typologie van sociaal-culturele organisaties van Jans en Van Gucht (2022). Omwille van de kleine aantallen in bepaalde cellen en opdat de analyseresultaten duidelijk interpreteerbaar zouden blijven, werd geopteerd bepaalde van de 10 stromen uit dat onderzoek samen te nemen. We komen zo tot vijf groepen van sociaal-culturele organisaties die we verder de ‘organisatieclusters’ of kortweg ‘clusters’ noemen.

We geven eerst weer waar deze clusters van organisaties precies inhoudelijk voor staan. Vervolgens geven we voor de verschillende stromen aan hoeveel respondenten in de gerealiseerde steekproef zitten en van welke deelnemende organisaties zij de vragenlijst ontvingen.

Vijf clusters	Tien stromen	Beschrijving
Organisaties met een focus op inclusiviteit en solidariteit	Inclusief samenleven	Organisaties die sterk focussen op een bepaalde doel- of kansengroep en de maatschappelijke positie en structurele kansen van en voor die doel- of kansengroep centraal stellen.
	Solidair samenleven	Organisaties die solidariteit bevorderen en daartoe meerdere doelgroepen of actoren betrekken en aanspreken.
	Internationaal vredevol samenleven	Organisaties die zich verhouden tot conflicten tussen en binnen natiestaten.
Organisaties met een focus op participatie	Participatie	Organisaties die in hoofdzaak inzetten op het bevorderen van sociaal-culturele participatie zoals gedefinieerd in het decreet van 2017.
Organisaties met focus op duurzaamheid	Duurzaam samenleven	Organisaties die inzetten op een transitie naar een duurzame samenleving.
	Delen als alternatief	Organisaties die deelinitiatieven ontwikkelen of bouwen op het gedachtengoed van de <i>commons</i> .
Organisaties met focus op individu en zijn sociale omgeving	Zin geven en identiteit vormen	Organisaties die aan de slag gaan met religieuze of culturele zin- en betekenisgeving.
	Veerkrachtig leven	Organisaties die sterk inzetten op persoonlijke ontwikkeling als hefboom voor diverse vormen van actief burgerschap.
	Werkbaar werken	Organisaties die samen met werknemers en werkzoekenden inzetten op werkbaar werk en tewerkstelling.
Regionale organisaties	Regionaal	Organisaties die regionaal werken (Avansa's)

Tabel 4. Hergroepering van tien stromen naar vijf clusters van organisaties met aantal respondenten in de gerealiseerde steekproef

Clusters en onderliggende stromen	Gerichtheid		Totaal	
	Doelgroep	Thema	Regionaal	
Focus op inclusiviteit en solidariteit	384	48		432
• Inclusief samenleven	270			270
• Solidair samenleven	114	48		162
• Internationaal vredevol samenleven		0		0
Focus op participatie	1667	314		1981
• Participatie	1667	314		1981
Focus op duurzaamheid		323		323
• Duurzaam samenleven		41		41
• Delen als alternatief		282		282
Focus op individu en zijn sociale omgeving	628	229		857
• Zin geven en identiteit vormen	465	187		652
• Veerkrachtig leven	12	42		54
• Werkbaar werken	151			151
Regionaal			628	628
• Regionaal			628	628
Totaal	2679	914	628	4221

Figuur 1. Indeling deelnemende organisaties volgens cluster-typologie

Inclusiviteit & solidariteit	Participatie	Duurzaamheid	Individu & sociale omgeving	Regionaal
<ul style="list-style-type: none"> • Cavaria • DITO • Hand in Hand • Konekt • Liga voor Mensenrechten • Vlaamse Vereniging voor autisme • VVVUUR • Zijkant 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultuursmakers • Cultuurvuur • FERM • Hart boven hard • NEOS • PASAR • VL@S 	<ul style="list-style-type: none"> • Lets Vlaanderen • Muntuit • Samenhuizen 	<ul style="list-style-type: none"> • AIF • De Vormers • Blinkout • CCV • Humanistisch Verbond • Impuls • Vermeulenfonds 	<ul style="list-style-type: none"> • Citizenne • Limburg • Mid- en zuidwest • Waas en Dender

De beschrijving van de kwantitatieve data zal in dit rapport gebeuren op basis van de bovenstaande vijf ‘gehergroepeerde’ clusters. In de passages op basis van de kwalitatieve data verwijzen we wel hier en daar naar de oorspronkelijke tien stromen.

3 | Kwalitatieve methodes: interviews en rondetafel

Dit onderzoek kende naast een surveyluik ook een kwalitatief luik. In het kwalitatief luik werden twee onderzoeksmethoden toegepast: interviews met individuele deelnemers en een rondetafel met sleutelfiguren uit de sociaal-culturele sector.

3.1 Interviews met deelnemers

In het totaal werden 19 deelnemers geïnterviewd. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de geïnterviewden in volgorde van de afname van de interviews. De tabel vermeldt ook het type organisatie waaraan de deelnemers participeerden of nog steeds participeren. We geven ook de gerichtheid van de organisatie, de grootte en de stroom waartoe de organisatie behoort (Jans & Van Gucht, 2022).

De keuze van de geïnterviewden gebeurde door middel van een gerichte steekproef van gesubsidiëerde organisaties die van de onderzoekers de vraag kregen door te verwijzen naar één of twee deelnemers. Zoals uit de tabel is op te maken, interviewden we in het totaal 11 vrouwen en 8 mannen. De leeftijd van de respondenten varieert van 18 tot 85 jaar. Naast gender en leeftijd streefden we ook variatie na op het vlak van het soort sociaal-culturele organisatie waarbij ze participeerden (gerichtheid, grootte en stroom) en hoelang ze die organisatie al kenden. Zoals de meeste rechtse kolom duidelijk maakt, kennen sommige deelnemers de organisatie al meer dan 20 jaar, terwijl anderen nog maar sinds kort.

Omwille van de privacy van de geïnterviewden gebruiken we hier en verder in het rapport (bij de citaten) pseudoniemen.

Pseudoniem	Gender	Leeftijd	Gerichtheid van sociaal-culturele organisatie (thema, doelgroep of regio)	Grootte van de sociaal-culturele organisatie	Thema van de sociaal-culturele organisatie ('stroom')	Wanneer leerde u de sociaal-culturele organisatie voor het eerst kennen
Mirèse	Vrouw	+60	Thema	Middelgroot	Zin geven en identiteit vormen	1990
Greet	Vrouw	71	Thema	Klein	Zin geven en identiteit vormen	2000
Annie	vrouw	+50	Thema	Klein	Zin geven en identiteit vormen	2010
Simon	Man	54	Doelgroep	Middelgroot	Participatie	2019
Sandra	Vrouw	41	Doelgroep	Middelgroot	Participatie	2019
Henk	Man	63	Thema	Zeer klein	Duurzaam samenleven	2018 ('alleszins vóór covid')
Özgön	Vrouw	46	Doelgroep	Klein	Solidair samenleven	2021
Lisanne	Vrouw	61	Doelgroep	Groot	Participatie	1980
Gert	Man	40	Doelgroep	Middelgroot	Inclusief samenleven	2013
Evelien	Vrouw	38	Doelgroep	Middelgroot	Inclusief samenleven	'Enkele jaren geleden'
Katrien	Vrouw	+60	Doelgroep	Klein	Veerkrachtig leven	Sinds 2005
Marit	Vrouw	18	Thema	Zeer klein	Duurzaam samenleven	2022
Ludo	Man	85	Thema	Klein	Participatie	Tussen 2013 en 2018
Frieda	Vrouw	32	Doelgroep	Zeer klein	Inclusief samenleven	2022
Linda	Vrouw	+70	Thema	Groot	Participatie	1990
Paul	Man	34	Thema	Zeer klein	Duurzaam samenleven	2014
Nico	Man	59	Doelgroep	Zeer klein	Inclusief samenleven	2003
Claude	Man	40	Regionaal	Middelgroot	Regionale stroom	2020
Antoine	Man	77	Thema	Zeer groot	Zin geven en identiteit vormen	'Ik ken de organisatie al sinds mijn jeugd'

De interviews vonden plaats in de periode september-december 2023. 12 interviews vonden plaats op locatie (vaak in de buurt van een sociaal-culturele activiteit). De 7 overige interviews gebeurden online. De gesprekken duurden tussen de 40 en 70 minuten. Het ging om semigestructureerde interviews, wat betekent dat een topiclijst het gesprek thematisch stuurde. De interviews waren echter ook voldoende open zodat de respondenten hun eigen ideeën en argumenten konden inbrengen.

Onderstaande thema's kwamen in elk interview ter sprake:

- de voorstelling van de geïnterviewde (leeftijd, sociale achtergrond, ...);
- de eerste kennismaking met de sociaal-culturele organisatie in kwestie;
- de deelnemerservaring bij de (laatste) activiteit of praktijk waaraan men deelnam;
- andere (vroegere) activiteiten waaraan men deelnam bij deze sociaal-culturele organisatie en bij andere organisaties;
- motieven en drempels die worden ervaren bij participatie;
- waarde en betekenis van participatie;
- kennis van de sociaal-culturele sector (aan de hand van een overzicht van de gesubsidieerde sociaal-culturele organisaties).

3.2 Rondetafelgesprek met professionals

Na de afname van de interviews werd ook een rondetafelgesprek georganiseerd met professionals uit de sociaal-culturele sector. Het doel van dit gesprek was om de bevindingen uit het kwantitatieve en kwalitatieve luik van het onderzoek door te praten. Dit gebeurde aan de hand van tien 'vaststellingen' en tien 'stellingen'. Door het groepsgesprek konden we nagaan of de duiding van de data en de aanbevelingen die daaruit volgen relevant zijn voor die sector en of ze te relateren zijn aan de eigen ervaringen van sleutelfiguren in het werkveld.

Net als bij de deelnemersinterviews gebeurde de selectie van de deelnemers aan het rondetafelgesprek in samenspraak met de opdrachtgever van deze studie en met het steunpunt Socius. Ook hier was sprake van een doelgerichte steekproef waarbij vooral respondenten werden gezocht met een rijke ervaring in en met het sociaal-cultureel werk en een goed overzicht over dat werkveld. Het rondetafelgesprek vond plaats op 8 december 2023 in Brussel. 7 personen namen aan het gesprek deel, 4 van hen vanuit een erkende sociaal-culturele organisatie, 1 vanuit Socius, 1 vanuit De Federatie en 1 deelnemer vanuit het Departement Cultuur, Jeugd en Media.

3.3 Analyses

Van alle interviews werd door de onderzoekers een 'abridged' transcriptie gemaakt: een verkorte weergave waarbij enkel de relevante en bruikbare stukken letterlijk werden uitgeschreven. Bij de verwerking werden ook trefwoorden toegekend aan de verschillende delen van de interviews. Dit liet toe om naast een analyse van de interviews afzonderlijk (*within-case*) ook tendensen 'over' de verschillende interviews te zien (*cross-case*). De resultaten geven we weer in de hoofdstukken die volgen. Telkens wordt de analyse van de kwalitatieve data geïntegreerd met de beschouwingen op basis van de kwantitatieve analyses. Waar dat relevant is geven we ook letterlijke citaten uit de interviews. Deze dienen als illustraties bij bepaalde redeneringen en zorgen er ook voor dat meer abstracte tendensen worden gecontextualiseerd.

4 | Het wat, hoe en waarom van deelname

4.1 Wat is participatie?

Dit onderzoek gaat over de participanten aan sociaal-cultureel volwassenenwerk. Onderzoekers, organisaties en beleidsmakers gebruiken de termen ‘participant’ en ‘deelnemer’ courant. Maar wat betekenen ze termen precies? Wanneer is iemand een deelnemer in het sociaal-cultureel volwassenenwerk en wanneer niet (meer)?

Het antwoord op deze vraag lijkt misschien vanzelfsprekend maar is dat in realiteit allerm minst. Zo kunnen we ons afvragen of participatie een fysieke aanwezigheid veronderstelt of een indirecte of online deelname (bv. het online invullen van een petitie, het downloaden van of uitgesteld kijken naar een webinar) ook als volwaardige participatie geldt? Vraagt participatie altijd om een bewuste deelnamebeslissing (bv. inschrijven voor een workshop of lidmaatschapsaanvraag bij een vereniging) of kan het ook een eerder ongebonden engagement zijn dat misschien zelfs onbewust plaatsvindt (bv. onbedoeld bij een gratis sociaal-cultureel event in een stadspark aansluiten, of aansluiten bij een vereniging louter om van bepaalde diensten of voordelen te kunnen genieten)? Verder kunnen we ons ook afvragen in welke mate de intensiteit van de participatie een rol speelt: wie zich bijvoorbeeld inschrijft in een deelinitiatief of zich inlogt op een website om een faire bank te vinden maar daar verder nauwelijks gebruik van maakt, vertoont een andere participatie-intensiteit dan iemand die de deur uitgaat om aan een cursus of lezing deel te nemen. Nog anders is het voor de persoon die zich wekelijks vele uren inzet om een lokale afdeling van een vereniging draaiende te houden. Gaat het in al deze voorbeelden om participanten? Of moeten we deze omvattende noemer verder verfijnen om recht te doen aan alle varianten die bestaan?

De bovenstaande voorbeelden maken al duidelijk dat de notie ‘participatie’ voor een breed continuüm staat waarvan het moeilijk is de grenzen uit te tekenen, althans niet zonder enige discussie. Op dat continuüm kunnen verschillende posities worden ingenomen. We gaan daar in deze studie verder op in. Belangrijk is het hier te verduidelijken dat we de respondenten in dit onderzoek niet vooraf hebben afgelijnd of beperkt tot één bepaalde positie. We hebben daarom bewust in de vragenlijst niet enkel het begrip ‘deelnemer’ gebruikt, maar aangegeven dat de enquête ook kan worden ingevuld door ‘leden’ en ‘vrijwilligers’. Wel werd bij het invullen van de survey duidelijk gepolst naar de sociaal-culturele activiteit(en) of praktijk(en) waaraan men al (eerder) participeerde en wat specifieke ervaringen zijn met betrekking tot die deelname. Dit veronderstelt dus wel een zekere betrokkenheid die verder gaat dan bijvoorbeeld louter het kopen van een lidkaart. De online vragenlijst liet wel in het midden of de activiteit of praktijk fysiek dan wel online plaatsvond. Uit de enquêteresultaten konden we echter opmaken dat de meeste respondenten bij het rapporteren over hun laatste deelname verwezen naar een fysieke activiteit, mogelijk omdat dit hun dominante interpretatie van het begrip ‘participatie’ is, maar wellicht ook omdat de meeste sociaal-culturele activiteiten en praktijken nog een fysieke samenkomst veronderstellen.

Eenzelfde aanpak werd ook gehanteerd voor de interviews die we deden voor deze studie. Ook daarvoor vroegen we aan de erkende sociaal-culturele organisaties om ons in contact te brengen met deelnemers, leden of vrijwilligers. Dat mochten zowel personen zijn die eenmalig bij een activiteit of praktijk betrokken waren, als personen die meermaals deelnamen of nog steeds deelnemen. De

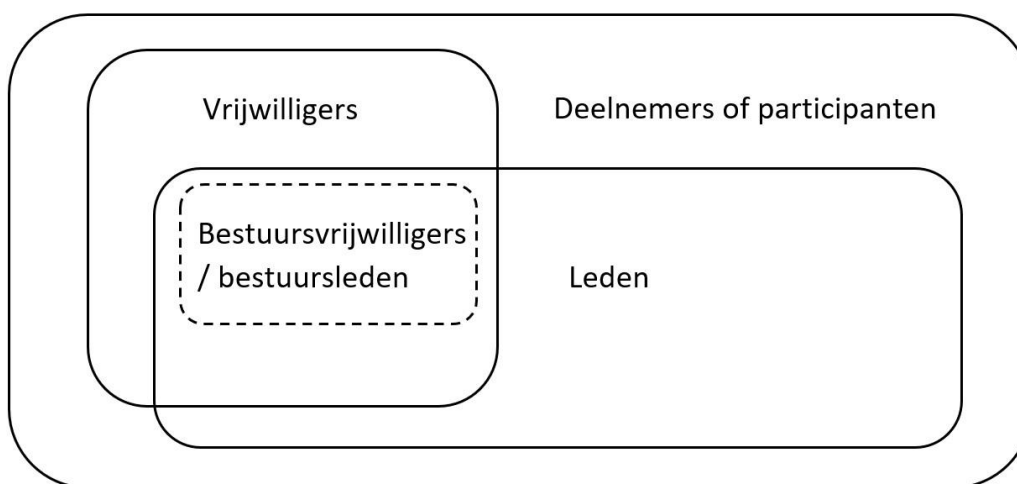
personen waarmee we in contact werden gebracht, bleken echter vooral individuen te zijn die al meermaals hadden geparticipeerd bij de organisatie in kwestie of er ook verantwoordelijkheid namen als vrijwilliger. Het is natuurlijk ook gemakkelijker om als organisatie naar deze groep van ‘vaste’ participanten door te verwijzen.

In de enquête en interviews zelf vroegen we vervolgens door naar het participatiegedrag van de respondenten. Op basis daarvan kunnen we in dit rapport deelnamepatronen in kaart brengen en ook nagaan welke achtergrondvariabelen welk type van participatie voorspellen. Belangrijk hierbij is dat we uitdrukkelijk vertrekken vanuit het individuele perspectief van de participant en dus zijn of haar ervaring van participatie willen capteren. We lieten het dan ook aan de respondenten zelf om uit te maken of ze al dan niet tot de categorie ‘deelnemers’ behoorden. Het merendeel van de respondenten vulde de vragenlijst online in via een link die men ontving via een van de geselecteerde organisaties. Het is dan ook niet verrassend dat er respondenten zijn die aangaven dat zij het voorgaande jaar niet deelnamen aan sociaal-culturele activiteiten (5,8%). Het kan hierbij zowel gaan om personen die het jaar of de jaren voordien deelnamen aan activiteiten maar dit het jaar voorafgaand aan de enquête niet deden, als om personen die uit interesse de organisatie volgen en zo terecht zijn gekomen in het adressenbestand van de organisatie (niet alle organisaties kunnen het onderscheid maken tussen ‘deelnemers’ en ‘geïnteresseerden’), alsook om personen die minder betrokken zijn bij de organisatie en hun meer passieve activiteiten niet beschouwen als een echte ‘deelname’. Ook in het onderzoek van 2010 kruiste lang niet elke respondent de optie ‘Ik neem deel aan de activiteiten van deze organisatie’ aan, terwijl de enquête toen enkel werd verdeeld onder de deelnemers van sociaal-culturele activiteiten (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010). Het toont aan dat de notie ‘deelname’ door individuen erg verschillend kan worden geïnterpreteerd.

Participatie: de basisbegrippen in deze studie

Voor een goede interpretatie van de onderzoeksresultaten die nog volgen, definiëren we hier enkele van de belangrijkste basisbegrippen van deze studie.

- Deelnemers/participanten: personen die een betrokken zijn bij een of meerdere activiteiten van een gesubsidieerde organisatie voor sociaal-cultureel werk voor volwassenen. De betrokkenheid uit zich door het besteden van aandacht en tijd aan een activiteit. Doorgaans zal participatie ook aanwezigheid (offline of online) veronderstellen. We gebruiken noties deelnemers en participanten als synoniemen.
- Organisatieleden: deelnemers waarvan de betrokkenheid bij een organisatie geformaliseerd wordt in een lidmaatschap. Een lidmaatschap is een overeenkomst tussen een individu en een sociaal-culturele organisatie. Meestal loopt een lidmaatschap voor een lange periode (bv. één jaar).
- Vrijwilligers/activiteitsvrijwilliger: personen die onbetaald en vrijwillig werk verrichten binnen een gesubsidieerde organisatie voor sociaal-cultureel werk voor volwassenen. Vrijwilligers beschouwen we ook als deelnemers/participanten van een organisatie.
- Bestuursvrijwilligers/bestuursleden: bestuurslidmaatschap is een specifieke vorm van lidmaatschap. Het gaat net als bij lidmaatschap in het algemeen om een geformaliseerde band tussen een persoon en een organisatie. Eigen aan bestuursleden of bestuursvrijwilligers (we gebruiken de twee als synoniemen) is dat ze vrijwillig bestuurstaken opnemen binnen de organisatie en daar ook verantwoordelijkheid voor nemen.



In de volgende paragrafen beschrijven we eerst de wijze waarop men deelneemt aan het gesubsidieerd sociaal-cultureel volwassenenwerk. Anders dan in de vergelijkbare studie van 2010 (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010) werden respondenten niet altijd bevroegd tijdens of na een activiteit. Dit geldt zowel voor de enquête als voor de interviews. Toch kunnen we door middel van de verzamelde data een goed beeld krijgen van de manier waarop de deelnemers participeren en hoe zij over hun deelname denken.

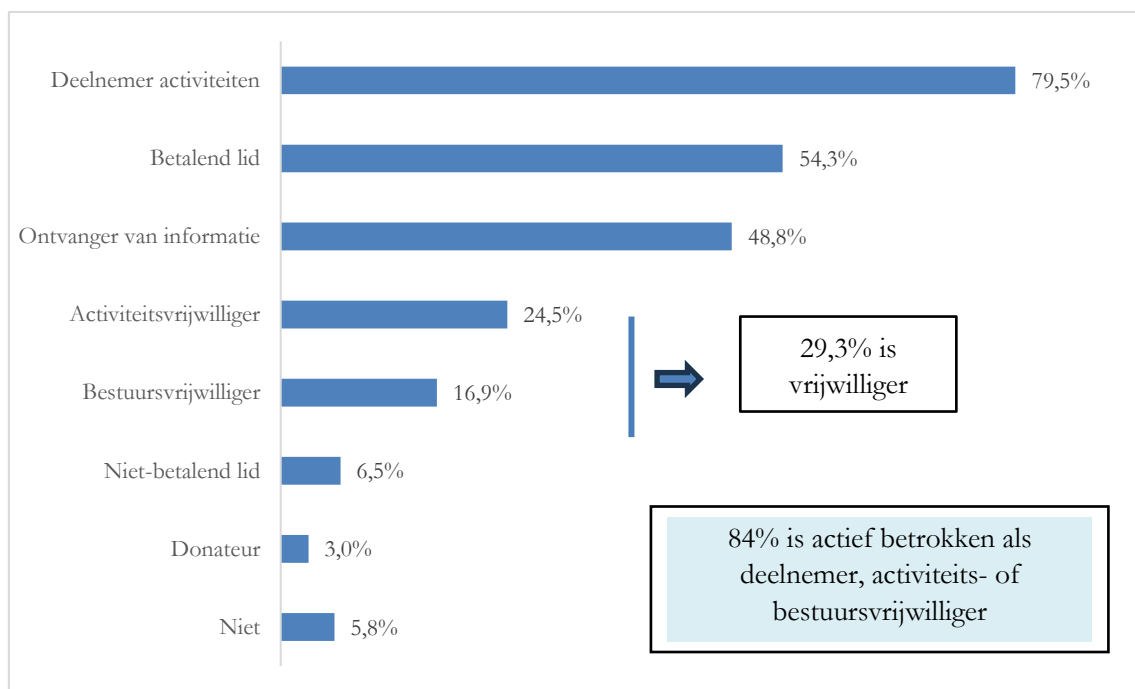
4.2 De hoedanigheid van de deelnemer

Bijna acht op de tien respondenten nam het afgelopen jaar deel aan de activiteiten van een of meerdere erkende sociaal-culturele organisaties. Bijna een kwart (24,5%) van de respondenten zette zich als vrijwilliger in voor de organisatie en 17% deed dit als bestuurslid. Nemen we deze drie vormen van engagement samen, dan stellen we vast dat 84% van de bevroegden actief betrokken was bij de organisatie het jaar voorafgaand aan de enquêtering.

Iets meer dan de helft van het totale aantal respondenten (54%) was het voorgaande jaar betalend lid van de organisatie, 6,5% was niet-betalend lid. Dit duidt erop dat betalend lidmaatschap nog vrij courant is in deze sector.

Van alle respondenten gaf 49% aan informatie (promotiemateriaal, programmaboekje, folders, ledenblad, flyers, e-zine, ...) van de organisatie per post, via e-mail of sociale media te hebben ontvangen.

Figuur 2. Manier waarop deelnemers het voorbije jaar betrokken waren bij activiteiten van de organisatie, meerdere antwoorden mogelijk (n=3885)

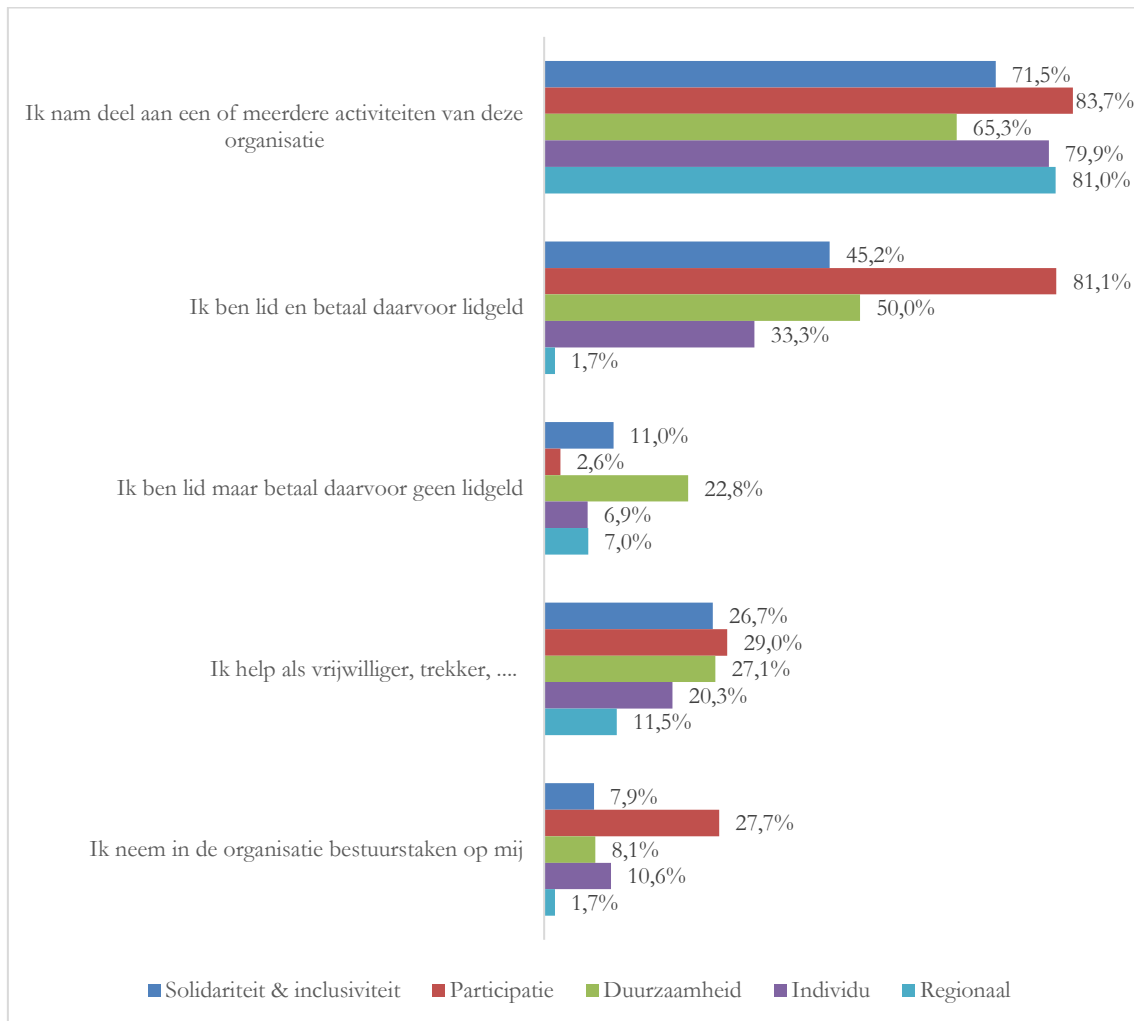


In de vormen van betrokkenheid doen zich, net als in 2010, sterke verschillen voor naargelang het soort van organisatie. De actieve deelname aan activiteiten ligt significant hoger in de organisaties met een focus op participatie, organisaties met een focus op het individu en zijn omgeving en de regionale organisaties dan in de organisaties met een focus op inclusiviteit en solidariteit of op duurzaamheid. Bekeken volgens de opdeling naar gerichtheid zijn de verschillen minder groot, maar ligt de actieve deelname aan activiteiten toch significant hoger in de doelgroepgerichte organisaties dan in de themagerichte organisaties.¹

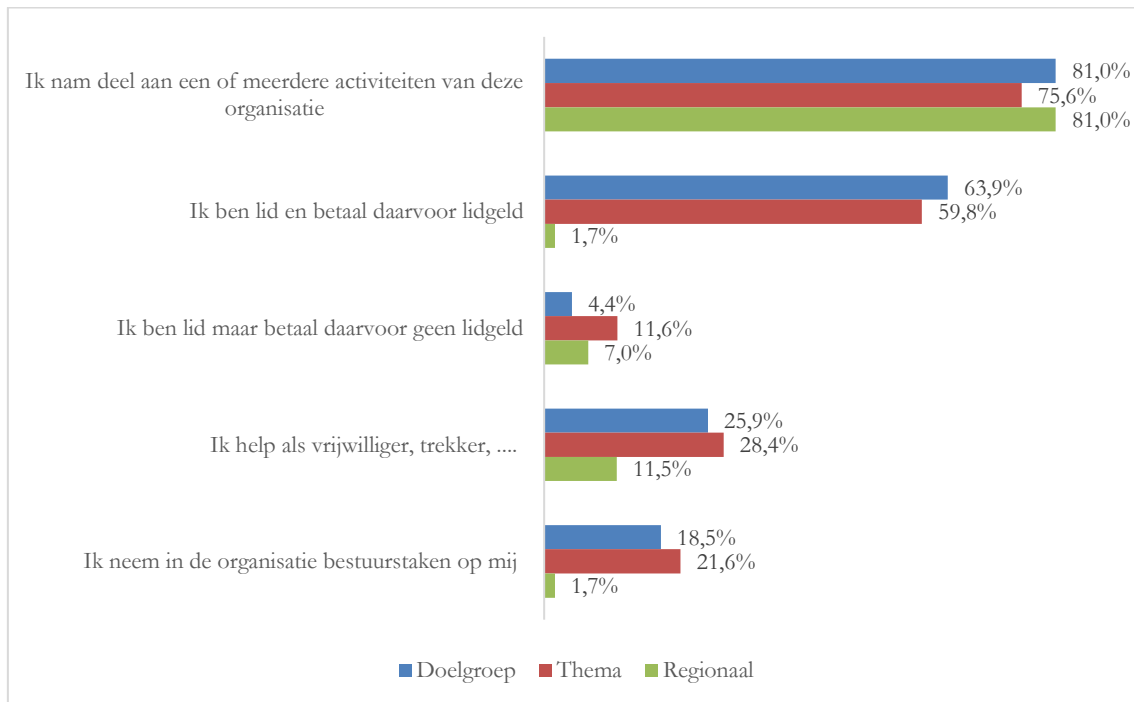
Het betalend lidmaatschap ligt veruit het hoogst in organisaties die zich richten op participatie.

¹ Het verschil tussen regionale en themagerichte organisaties werd niet statistisch significant bevonden omwille van het kleiner aantal respondenten bij regionale organisaties.

Figuur 3. Manier waarop deelnemers deelnemen aan activiteiten van de organisatie naargelang cluster van de organisatie (n=3885)



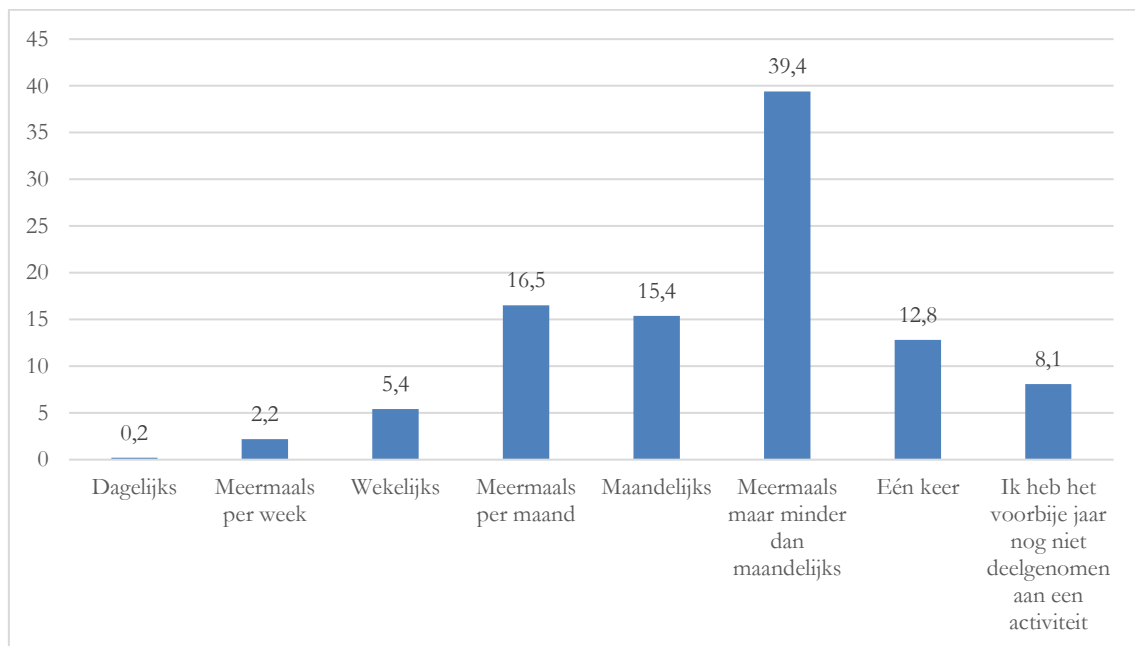
Figuur 4. Manier waarop deelnemers deelnemen aan activiteiten van de organisatie naargelang gerichtheid van de organisatie (n=3885)



Door de focus in de enquête op één activiteit waaraan werd deelgenomen, hebben we geen zicht op de mate waarin deelnemers al dan niet deelnamen aan online activiteiten van ‘hun’ sociaal-culturele organisatie (als die organisatie al dergelijke online activiteiten organiseert). Bij de geïnterviewde deelnemers was er wel één deelnemer die nagenoeg altijd online participeerde en ook online bijspromg met vrijwilligerswerk (vertalingen). Bij alle andere respondenten betrof de deelname deels of (vooral) alleen fysieke activiteiten.

4.3 De frequentie van deelname

Figuur 5. Aantal keer deelgenomen aan activiteiten van de organisatie het voorbije jaar (% , n=3337)



Uit de vorige paragraaf konden we al opmaken dat de betrokkenheid bij het sociaal-cultureel werk voor vele volwassenen geen sporadische betrokkenheid is. Door een overgrote meerderheid van de deelnemers wordt zeker één keer per jaar aan een sociaal-culturele praktijk deelgenomen. De bovenstaande staafgrafiek maakt die participatiefrequentie nog concreter. Ze toont aan dat bijna één op de vier deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenenwerk een participatiefrequentie van meermaals per maand heeft. Dat neemt niet weg dat ook een aanzienlijk deel van de deelnemers zeker niet als ‘regelmatige deelnemers’ kan worden bestempeld. 52% van de bevroegde participanten neemt minder dan maandelijks deel en 8,1% minder dan één keer per jaar. Als we ervan uitgaan dat door de steekproeftrekking via de organisaties (cf. eerder) we in grote mate de meest actieve participanten hebben bevroegd, dan moeten we besluiten dat er binnen die groep van actieve deelnemers nog een grote spreiding is qua hoeveelheid activiteiten waarbij men betrokken is. We zien zowel meervoudige participanten als sporadische participanten.

4.4 Wat doet participatie toenemen?

Uit de interviews leren we dat de participatie-intensiteit en participatiefrequentie bij veel deelnemers nogal fluctueert. Wat begint bij een eenmalige en soms zelfs toevallige participatie kan verder groeien tot een meer frequente en – daardoor – ook meer betrokken participatie. Dat wordt in belangrijke mate bepaald door de ‘klik’ die mensen hebben met het aanbod van de organisatie en de manier waarop de organisatie werkt en wie ze op de activiteiten ontmoeten. Vaak is het zelfs een combinatie van die drie factoren (*wat, hoe, wie*) die bepalend is. De mate van deelname hangt echter ook sterk af van contextfactoren. De levensfase waarin men zich bevindt is daarbij van groot belang.

De zestiger Mirèse geeft aan dat haar participatie bij haar vaste sociaal-culturele organisatie pas echt een boost heeft gekregen op het moment dat ze in pensioen is gegaan. ‘Mijn deelname is gestaag gegroeid. In het begin was ik nog aan het werk, en ik ging mijn verlov daar niet ‘aan hangen’, aan die cursussen en reizen. Vandaag volg ik soms drie à vier cursussen tegelijk.’ Sinds ze meer is gaan participeren is Mirèse ook in het vizier gekomen van de organisatie

zelf. Op vraag van het bestuur is ze vrijwilligerswerk in de organisatie beginnen doen. Ook andere geïnterviewden getuigen over een gelijkaardig patroon van – vaak langzaam – groeiende deelnamefrequentie en engagement doorheen de levensloop (Greet, 71 jaar; Katrien, +60 jaar). Niet enkel pensionering zorgt voor een toename in deelname, ook andere sleutelmomenten in het leven kunnen een rol spelen. Zo werd bijvoorbeeld de deelname van zowel de 46-jarige Özgön als de 40-jarige Claude aangewakkerd door een burn-out en de bijborende wil om het dagelijks leven anders te gaan organiseren.

Impactvolle levensgebeurtenissen (Haimson et al., 2021) bepalen dus mee of mensen deelnemen aan sociaal-cultureel werk en in welke mate ze dat doen. Vele zaken kunnen als ‘levensgebeurtenis’ gelden. Haimson en collega’s komen in een onderzoek hierover tot een lijst van 121 events die voor een transitie kunnen zorgen in het leven. Deze gebeurtenissen hebben volgens de onderzoekers te maken met een set van 12 grote thema’s, zoals gezondheid (bv. zwangerschap of ziekte), onderwijs (bv. het behalen van een diploma), familie en gezin (bv. geboorte van een kind of familieruzie), arbeidsmarkt-situatie (bv. jobverlies) of levensstijl (bv. een veranderd eetpatroon of hobby) (Juchtmans et al., 2022). In de diepte-interviews hoorden we verhalen over o.a. pensionering, burn-out, jobverlies, ziekte, echtscheiding, verlies van een kind. We leerden eruit dat een levensgebeurtenis deelnameversterkend maar ook deelname-remmend kan werken. De precieze impact van elke levensgebeurtenis is afhankelijk van de context en de persoon zelf. Vaak is het wel zo dat een levensgebeurtenis een moment van reflectie inhoudt en leidt tot een persoonlijke zoektocht (*Wat wil ik (nog) doen? Waar wil ik tijd aan besteden? Wat vind ik belangrijk?*). Maar het is zeker niet zo dat levensgebeurtenissen die als negatief worden beschouwd (bv. ziekte, verlies van een kind, echtscheiding) automatisch deelname afremmen. Sommige sociaal-culturele organisaties spelen net op dat soort negatieve events in.

4.5 Cumulatieve participatie volgens een ‘kettingreactie’

Een opmerkelijke vaststelling is ook dat participatie bij een sociaal-culturele organisatie vaak aanzet tot participatie bij andere organisaties binnen of buiten de sector van het gesubsidieerde sociaal-cultureel werk. Participatie werkt dus cumulatief. Bekeken vanuit het oogpunt van de deelnemer is het beeld van een kettingreactie hier passend, niet enkel in de betekenis dat de ene participatie bij organisatie X aanleiding geeft tot een andere deelname bij organisatie Y, maar ook in de betekenis dat elke participatie bijdraagt tot de zin (positieve ingesteldheid) om verder deel te nemen.

Frieda, een vrouw van 32 jaar die sinds een jaar actief deelneemt en vrijwilligerswerk doet bij een doelgroepgerichte sociaal-culturele organisatie in de stroom ‘inclusief samenleven’ geeft aan ook buddy te zijn voor iemand met een psychische kwetsbaarheid, brieven te schrijven voor Amnesty International, en vrijwilligerswerk te doen bij een Oxfam-wereldwinkel. Deze engagementen staan los van elkaar, het is niet zo dat het ene rechtstreeks tot het andere leidde, maar ze dragen wel bij tot een versterkte zijn tot sociaal engagement.

Ook bij de 63-jarige Henk werkt het op die manier, al is het bij hem wel duidelijk zo dat de verschillende plaatsen waar hij vrijwillige betrokkenheid toont een sterk thematisch verwantschap vertonen. Het merendeel van zijn vrijwillige inzet gaat over klimaatkwesties, al doet hij ook mee aan soepbedeling voor personen in armoede en activiteiten ten gunste van vluchtelingen. Dat gebeurt soms binnen organisaties die een werking hebben in heel Vlaanderen, maar net zo goed bij erg lokale Oostendse burgerinitiatieven. Zijn inzet waaiert ook uit van erkende sociaal-culturele organisaties naar dierenrechtenorganisaties, Noord-Zuid-organisaties en vrijwilligerswerk voor overheidssdiensten. Toch zegt hij vaak gelijkgezinden tegen te komen en op verschillende plaatsen dezelfde gezichten te zien.

Het verhaal van Henk toont dat cumulatieve participatie zich niet beperkt tot de sector van erkende sociaal-culturele organisaties. Mensen participeren bij organisaties die tegemoetkomen aan hun individuele nood of drang op dat moment, ongeacht of die organisaties gesubsidieerd worden door (een

of meerdere) overheden. Deelnemers denken en redeneren dan ook niet vanuit organisatienoden of beleidssectoren. Bijgevolg is het ook niet verrassend dat de deelnemers die we interviewden zich ook niet echt een scherp beeld konden vormen van de sociaal-culturele sector. Wanneer we doorvroegen, herkennen ze wel veel namen van gesubsidieerde sociaal-culturele organisaties. Tegelijk zijn ze soms verbaasd over de organisaties die onder die noemer gesubsidieerd worden en net zozeer zijn ze verrast dat organisaties die ze wel in deze sector hadden verwacht geen onderdeel zijn van het gesubsidieerde sociaal-cultureel volwassenenwerk. Het duidt erop dat sectorgrenzen tussen het sociaal-cultureel volwassenenwerk en belendende sectoren (opbouwwerk, sociaal werk, ontwikkelingssamenwerking, ...) voor de deelnemers vaak niet meer zijn dan beleidsconcepten die ten dele artificieel zijn en zelfs een vorm van 'hokjesdenken' installeren, terwijl de noemer 'sociaal-cultureel werk' niet voor een natuurlijk onderscheid staat tussen de gesubsidieerde organisaties en 'andere' organisaties. Anders gesteld: of ze nu gesubsidieerd zijn of niet, organisaties doen soms heel erg verwante zaken in de ogen van de deelnemers. De diverse thema's en organisatietypes die hier in Vlaanderen samenkomen in de sociaal-culturele sector zijn in andere landen verdeeld over andere sectoren met andere benamingen. Dit alles impliceert niet dat een sectorale blik volledig moet worden losgelaten, maar wel dat een sectorale kadering van betekenis is voor de organisaties en overheden maar duidelijk minder voor de deelnemers zelf.

4.6 Het risico op 'overparticipatie'

Veel participanten die we interviewden geven aan dat ze door het vernoemde fenomeen van kettingparticipatie een toename vaststellen van het aantal momenten dat ze deelnemen en vaak ook van de totale duur van alle deelnames. Ook de inzet en inspraak en (dus) verantwoordelijkheid, bijvoorbeeld als vrijwilliger, neemt doorgaans stelselmatig toe. Voor sommigen gaat een dergelijk ongeremd engagement zelfs zo ver dat de deelname hen te veel en te belastend wordt en ze een deelnamepauze moeten inlossen om participatievermoeidheid te vermijden. We zouden in zulke gevallen kunnen spreken van een 'overparticipatie'. Dit kan een indicatie zijn dat de prestatiedruk en stress eigen aan onze samenleving (en vooral aan betaalde arbeid) ook kan overslaan naar participatie en inzet in de vrije tijd. Zeker sinds de coronapandemie, zo leren we uit het rondetafelgesprek, is het vrij courant dat participanten een deelnamepauze inlossen.

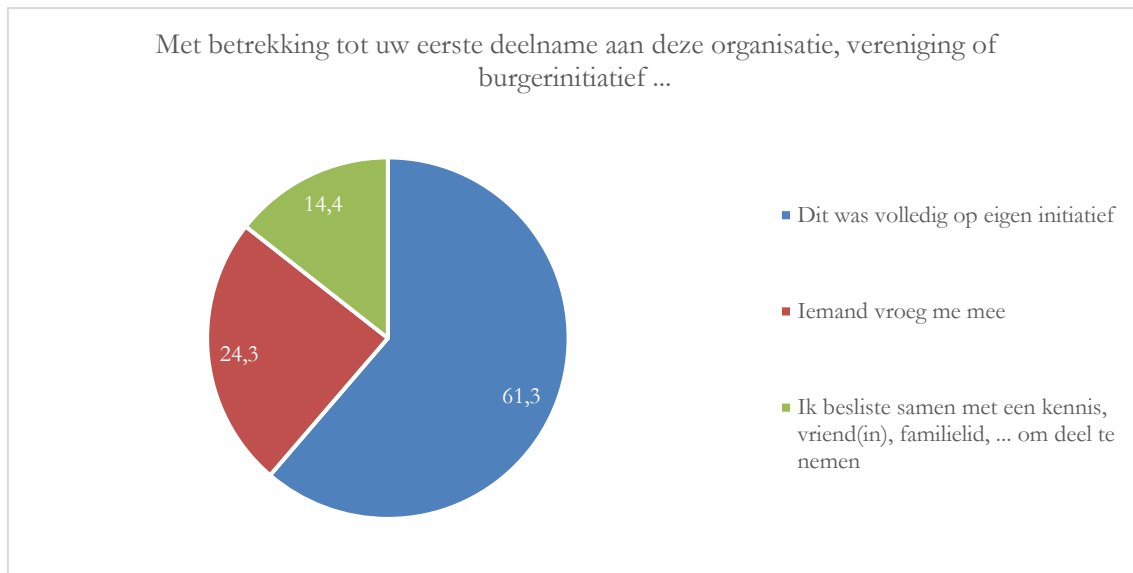
Henk (63 jaar) praat zeer openhartig over hoe de vele sociale engagementen die hij opneemt in zijn vrije tijd hem op een bepaald moment ook te veel werden. De lijst van organisaties (sociaal-culturele en andere) waar Henk een bijdrage aan levert in de vorm van participatie, vrijwilligerswerk of materiële of andere support, is bijzonder lang. 'Ik sluit bij heel veel aan,' zo vertelt hij. 'Ik heb dat een hele periode gedaan (...) maar het werd allemaal iets te veel. Ik plan nu niet meer zoveel. Je ziet dat bij veel hulpverleners en vrijwilligers, dat ze over een grens gaan (...) want het komt altijd op dezelfde mensen neer. Dat is nu eenmaal zo. Dat is het nadeel van engagement.' Ook in het interview met Nico (59 jaar) vinden we aanduidingen van het bewust terugschakelen van engagementen en participatiefrequentie.

Het fenomeen waar de voorbeelden van Henk en Nico naar verwijzen wordt in de internationale onderzoeksliteratuur de 'civic core' genoemd (Reed & Selbee, 2001). Deze term verwijst naar een betrekkelijk kleine groep van mensen die een zeer grote bijdrage levert in termen van maatschappelijke participatie, vrijwilligerswerk of donatie aan middenveldorganisaties. Typisch voor de civic core is dat ze vaak ook nog die verschillende vormen van engagement combineert en net daardoor een kans op een 'civic burn-out' loopt.

4.7 De participatievork: 'needs arousal' en het belang van een relevante derde

Volwassenen komen via verschillende wegen tot deelname. Ongeveer zes op de tien deelnemers doen dat op eigen initiatief, bij de overige participanten is er een relevante andere in het spel. In ongeveer een kwart van de gevallen wordt er voorafgaand aan de deelname een expliciete vraag tot participatie gesteld. Dat geldt overigens ook voor het vrijwilligerswerk in het bijzonder (De Bruyn et al., 2021). Het is een indicatie dat 'gevraagd worden' een belangrijke voorspeller is voor individuele deelname.

Figuur 6. Initiatief voor de eerste deelname (n=3337)



Sommige organisaties spelen daarop in met een buddywerking of ambassadeurschap waarbij ze deelnemers gericht inzetten om nieuwe mensen te vragen om deel te worden van de organisatie of community. Maar derden spelen nog andere belangrijke rollen richting deelnamebeslissing, zo leren we uit de interviews en het rondetafelgesprek. Ze kunnen *initiator* zijn (met het participatie-idee komen, zonder een concrete vraag te stellen), *informant* zijn (concrete informatie over de activiteit of praktijk aanbrengen of informatie delen om vooroordelen over de organisatie bij te stellen) of *beïnvloeder* zijn (het positief of negatief sturen van een deelnamebeslissing). Dit zijn ook de klassieke rollen in de literatuur over consumentengedrag.

Greet is 71 jaar en moeder van twee. Ze werkte in het onderwijs en heeft een sterke sociale drive. Zeker sinds ze op pensioen is, combineert ze velerlei sociale engagementen. Dat gaat van Grootouders Voor Het Klimaat tot de Fietsersbond. Vaak leiden sociale contacten ook tot dergelijke engagementen. We interviewden Greet in het kader van haar deelname bij een erkende sociaal-culturele organisatie binnen de stroom 'zijn geven en identiteit vormen'. Wanneer we vroegen naar haar eerste contact met die organisatie gaf ze aan dat een vriendin haar de vraag stelde en voor haar de initiator was, een rol die ze na verloop van tijd ook zelf is gaan opnemen: 'Dat was via een vriendin. Die vroeg of ik meeging. Dan kunnen we samen rijden, zei ze. We zijn twee keer samen gegaan maar daarna niet meer. Ik ben er allemaal nieuwe mensen tegengekomen. (...) Ik neem nu zelf ook soms vrienden mee. Om een voorbeeld te geven: zelfs mijn pedicure is mee ingestapt in een cursus. Dat kwam omdat ik hierover met haar had gepraat.'

Greet is lang niet de enige participant die we interviewden die zegt initiator te zijn van de deelname van anderen. Ook Özgön (46 jaar), Lisanne (61 jaar), Marit (18 jaar) vroegen al gericht anderen om (ook) mee deel te nemen. Annie (+50 jaar) gaf dan weer informatie door als informant.

Met de interviews kunnen we, aan de hand van de persoonlijke ervaringen van deelnemers, nog dieper ingaan op de directe aanleiding voor eerste deelname. Hoe de deelnemers die we spraken voor het eerst kennismaakten met de sociaal-culturele organisatie waarbij ze participeerden, is erg verschillend. Doorslaggevende variabelen daarbij zijn leeftijd en het moment van eerste kennismaking. Vooral deelnemers die de organisatie al meer dan 20 jaar kennen, herinneren zich dat de eerste kennismaking (en mogelijk ook vraag tot deelname) gebeurde via familie, vrienden of kennissen. Niet verrassend zorgt de voorbije twee decennia communicatie via het internet (websites, sociale media, enz.) vaker voor die eerste participatievond.

Pseudoniem	Gender	Leeftijd	Wanneer leerde u de sociaal-culturele organisatie voor het eerst kennen	Hoe wist u van het bestaan van de organisatie? Waar haalde u de concrete informatie?
Mirèse	Vrouw	+60	1990	<i>'Via een advertentie in de krant'</i>
Greet	Vrouw	71	2000	<i>'Via een vriendin'</i>
Annie	Vrouw	+50	2010	<i>'Via google'</i>
Simon	Man	54	2019	<i>'Via mijn partner'</i>
Sandra	Vrouw	41	2019	<i>'Via een (politieke) kennis'</i>
Henk	Man	63	2018 ('alleszins vóór covid')	<i>'Via plek en andere organisaties'</i>
Özgön	Vrouw	46	2021	<i>'Via een andere organisatie'</i>
Lisanne	Vrouw	61	1980	<i>'Via vriendinnen van mijn moeder'</i>
Gert	Man	40	2013	<i>'Via vrijetijdsbesteding (in een voorziening) voor personen met een beperking'</i>
Evelien	Vrouw	38	'Enkele jaren geleden'	<i>'Via mijn moeder'</i>
Katrien	Vrouw	+60	Sinds 2005	<i>'Via het internet'</i>
Marit	Vrouw	18	2022	<i>'Via een website en mijn deelname aan een festival'</i>
Ludo	Man	85	Tussen 2013 en 2018	<i>'Als lezer'</i>
Frieda	Vrouw	32	2022	<i>'Via google'</i>
Linda	Vrouw	+70	1990	<i>'Via een beurs voor vakanties'</i>
Paul	Man	34	2014	<i>'Via sociale media'</i>
Nico	Man	59	2003	<i>'Via een van de stichtende leden'</i>
Claude	Man	40	2020	<i>'Aangeraden door vriend die de activiteit online had gezien'</i>
Antoine	Man	77	'Ik ken de organisatie al sinds mijn jeugd'	<i>'Ik kende mensen die al lid waren'</i>

Dat een relevante derde zorgt voor een participatietrigger betekent niet automatisch dat een individu daar ook op ingaat. Belangrijk hierbij is ook nog dat het individu zelf een besef heeft dat wat het aanbod te bieden heeft ook overeenstemt met wat men nodig heeft. Dit wordt in de literatuur over consumentengedrag ook de fase van de *'needs arousal'* genoemd: de situatie waarin iemand een spanning voelt tussen een huidige situatie en een beoogde (ideale) situatie en uit het bewustzijn hiervan de drive of drang voortvloeit om die spanning op te heffen (Sheth et al., 2004).

We maken op uit de interviews dat de *'needs arousal'* zich op verschillende niveaus kan manifesteren en de uitdrukking ervan ook verschillende vormen kan aannemen.

	De ervaren 'needs arousal'	De uitdrukking hiervan
Persoonlijk niveau	<p><u>Persoonlijke beleving en (zelf)uitdaging</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Ik hou er wel van als het wat rock 'n' roll is.' (Henk, 63 jaar) - 'Ik beschouw dit toch een beetje als me-time.' (Lisanne, 61 jaar) - 'Dat is iets heel persoonlijk... ik kan geen neen zeggen.' (Claude, 40 jaar) - 'Ik wou mezelf ook uitdagen om sociaal te helpen.' (Mariet, 18 jaar) - 'We waren een jong gezin en dit was precies wat we nodig hadden.' (Linda, +70 jaar) <p><u>Persoonlijke inhoudelijke interesse:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Je leert bij deze activiteit veel bij van andere mensen, andere culturen. Ik stel daar doelgericht vragen over.' (Özgön, 46 jaar) - 'Wat mij vooral interesseerde is landelijke ontwikkeling.' (Ludo, 85 jaar) - 'Ik ben zelf nogal breed geïnteresseerd, in muziek, in literatuur, ...' (Antoine, 77 jaar) - 'Ik heb altijd een sterke filosofische en spirituele interesse gehad.' (Greet, 71 jaar) - 'Ik heb een passie voor voeding. Ik studeer daar ook voor.' (Mariet, 18 jaar) - 'Ik zoek naar diepgang, voornamelijk via kennis in de kunsten. Ik kies specifieke thema's: kunst en muziek, wereldculturen, ...' (Mirèze, +60 jaar) <p><u>Persoonlijke emotionele behoefte/noodzaak</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Voor mij was het belangrijk gelijkgestemde zielen en lotgenoten te treffen.' (Katrien, +60 jaar) - 'Ik ben een lotgenoot.' (Nico, 59 jaar) - 'Na 17 jaar in mijn job kreeg ik een burn-out. Ik vroeg me toen af: wat doe ik eigenlijk het liefst? Zo kwam ik hierop uit.' (Özgön, 46 jaar) - 'Ik was op zoek naar lotgenoten, andere mensen met een depressie.' (Frieda, 32 jaar) 	<ul style="list-style-type: none"> - Gerichte belangstelling - Persoonlijk uitdaging - Inhoudelijke nieuwsgierigheid - Emotionele behoefte/noodzaak
Netwerkniveau	<p><u>Persoonlijke connectie met derden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Ik wou eigenlijk wel wat meer mensen uit mijn eigen dorp leren kennen.' (Antoine, 77 jaar) - 'Je kunt in het leven nooit te veel relaties hebben.' (Lisanne, 61 jaar) - 'Ik wou nieuwe mensen leren kennen.' (Paul, 34 jaar) <p><u>Directe hulpverlening aan derden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Ik wou anderen helpen die hetzelfde hebben meegemaakt.' (Katrien, +60 jaar) <p><u>Socialisatie door derden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Ouders en opvoeding hebben hier veel mee te maken: mijn vader had veel contacten met andere mensen, een heel pluralistische kijk ook en een mondiale interesse.' (Henk, 63 jaar) - 'Ik ben bij (naam organisatie) begonnen dankzij vriendinnen van mijn moeder.' (Lisanne, 61 jaar) <p><u>Doorverwijzing door derden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Ik ben geraagd via een andere organisatie waar ik al kwam. (...) ik zit eigenlijk in een web van organisaties.' (Sandra, 41 jaar) - 'De voorziening (naam organisatie) heeft mij doorverwezen naar hier.' (Gert, 40 jaar) 	<ul style="list-style-type: none"> - Altruïsme - Aangeleerde sociale gewoonte - Doorverwijzing

	De ervaren 'needs arousal'	De uitdrukking hiervan
Maatschappelijk niveau	<p><u>Maatschappelijke verbinding</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Je kan aan iets meewerken waar je achter staat.' (Marit, 18 jaar) <p><u>Maatschappelijke meerwaarde/dienstverlening</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Je probeert een meerwaarde te vinden binnen de maatschappij.' (Annie, +50 jaar) - 'Dat is goed voor onze planeet. (...) ik wil mij ten dienste stellen.' (Marit, 18 jaar) - 'Ik wil mij nog ten dienste stellen.' (Ludo, 85 jaar) <p><u>Maatschappelijke verandering en noodzaak</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 'Ik heb zelf een zeer activistische drive.' (Henk, 63 jaar) 	<ul style="list-style-type: none"> - Maatschappelijke meerwaarde - Maatschappelijke verandering - Maatschappelijke verantwoordiging

De bovenstaande tabel verduidelijkt dat de participatievonk op verschillende momenten en ook op verschillende niveaus kan ontstaan: het individueel niveau, het interpersoonlijk of netwerkniveau en het maatschappelijk niveau. Hoewel de *needs arousal* altijd door een individu wordt ervaren en dat individu ook de participatiebeslissing neemt, mogen we niet onderschatten hoe collectief deze processen vaak lopen. Dat bevestigen ook de deelnemers aan het rondetafelgesprek, al geven zij tegelijk wel aan dat ze het gevoel hebben dat de voorbije jaren de noden en overwegingen op het persoonlijke niveau sterker zijn beginnen doorwegen. Dat heeft als implicatie dat organisaties ook meer op dat niveau moeten overtuigen tot deelname en ze dus uitdrukkelijker voor de (potentiële) deelnemer een antwoord moeten bieden op de vraag: *wat ga jij aan die deelname hebben?*

Verder zegt het niveau van de participatieprikkel niet noodzakelijk alles over de inhoud en functie van wat men precies met de participatie wil bereiken. Dat wordt goed gevat door de functies van het sociaal-cultureel werk zoals opgenomen in het decreet. We komen hier later op terug wanneer we het specifiek hebben over de motieven voor (blijvende) deelname.

Tot slot merken we op dat, zoals de citaten aangeven, er soms ook meerdere vonken zijn (op verschillende niveaus) die eenzelfde individu tot deelname aansporen.

4.8 Motieven en aspiraties van deelnemers

Naast het aanwakkeren van de participatievonk door derden moet er ook een behoefte aanwezig zijn bij het individu zelf om de stap naar het sociaal-cultureel volwassenenwerk te zetten. Om dat in kaart te brengen, keken we zowel naar de algemene vrijetijdsmotieven van deelnemers als naar de specifieke motieven om deel te nemen aan het sociaal-cultureel werk voor volwassenen.

4.8.1 Algemene vrijetijdsmotieven

Vrijetijdsmotivaties zijn belangrijke voorspellers voor de feitelijke vrijetijdsbestedingen. Voor de algemene vrijetijdsmotieven vertrokken we van de meetinstrumenten van de *Leisure Motivation Scale* (LMS) van Beard en Ragheb (1983). Zij onderscheidden een viertal motivationele velden voor vrijetijdsparticipatie: intellectuele motivatie, stimulusvermijding, sociale motivatie en competentiebeheersing. Choi & Fu (2015) deelden op basis van hun onderzoek de vierde dimensie verder op in 'competentiebeheersing en – verbetering' en 'fysieke motivatie'.

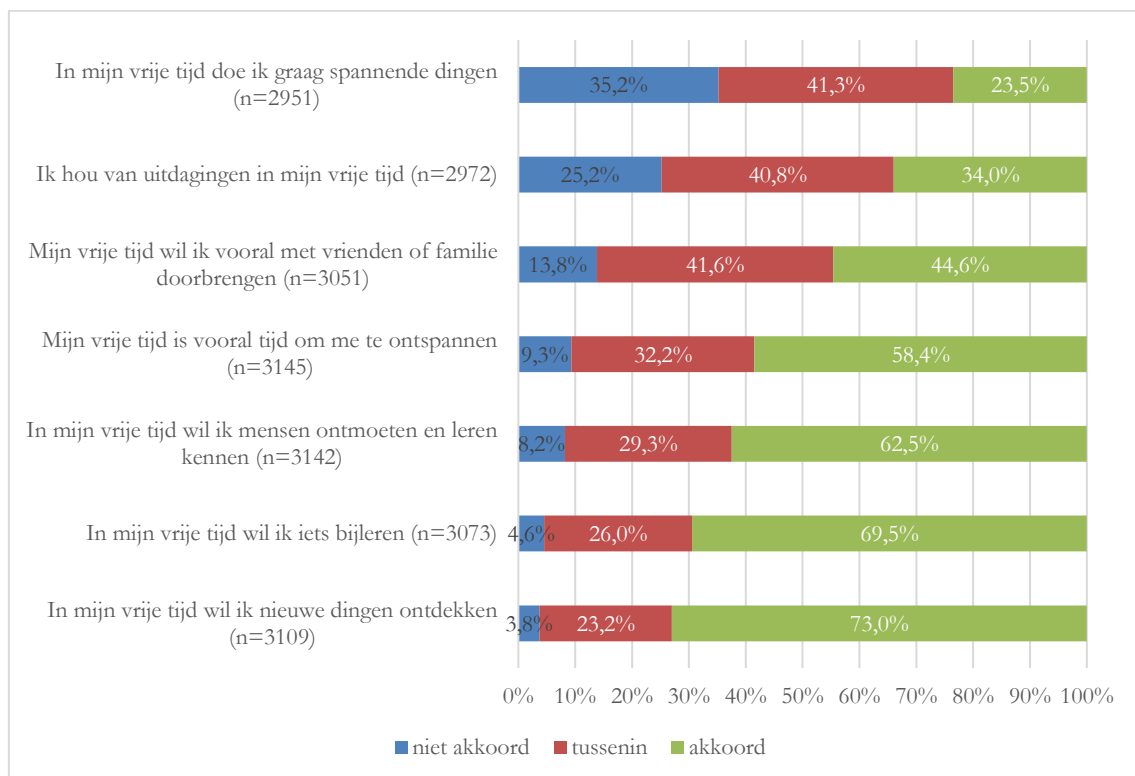
- **intellectuele motivatie** heeft betrekking op de individuele behoefte van het willen weten. Het gaat hierbij dan om het vergaren van kennis, het ontdekken, exploreren, denken en verbeelden;
- **stimulusvermijding** heeft betrekking op de behoefte te ontsnappen aan een te hoog stimulatie-niveau. Men wil ontspannen, verkeren in een rustige omgeving en de drukte van alledag vermijden;

- **sociale motivatie** heeft betrekking op de behoefte aan sociaal contact. Denk hierbij aan de behoefte om vriendschap te ervaren, ergens bij horen, het hebben van relaties met anderen en waardering krijgen;
- **competentiebeheersing en -verbetering** heeft betrekking op de behoefte iets onder de knie te krijgen;
- **fysieke motivatie** heeft betrekking op de behoefte iets te presteren, (fysieke) uitdagingen aan te gaan.

Wij namen deze vijf dimensies als basis (zie hieronder), maar legden niet de uitgebreide schalen die Beard en Ragheb (1983) en Choi en Fu (2015) hanteerden voor aan de respondenten. We vertaalden ze naar een aantal stellingen die verwijzen naar deze motieven. De respondenten konden op basis van een vijfpuntenschaal, gaande van 'helemaal niet akkoord' tot 'helemaal akkoord', aanduiden in welke mate ze het eens waren met de stellingen. In Figuur 7 reduceren we deze schaal tot drie categorieën: '(helemaal) niet akkoord', 'tussenin', '(helemaal) akkoord'.

Nieuwe dingen leren en nieuwe dingen ontdekken staan centraal in de vrijetijdsmotieven van de deelnemers die we bevroegen. Meer dan zeven op de tien deelnemers wil in de vrije tijd nieuwe dingen ontdekken en eveneens zeven op tien deelnemers wil in de vrije tijd bijleren. Dit sluit niet uit dat deelnemers in hun vrije tijd ook andere mensen willen ontmoeten en zich willen ontspannen. Voor de meerderheid vormen ook dit belangrijke vrijetijdsmotieven. Uitdaging en spanning staat daarentegen minder hoog in hun vrijetijdsagenda.

Figuur 7. Algemene vrijetijdsmotieven van deelnemers (%)



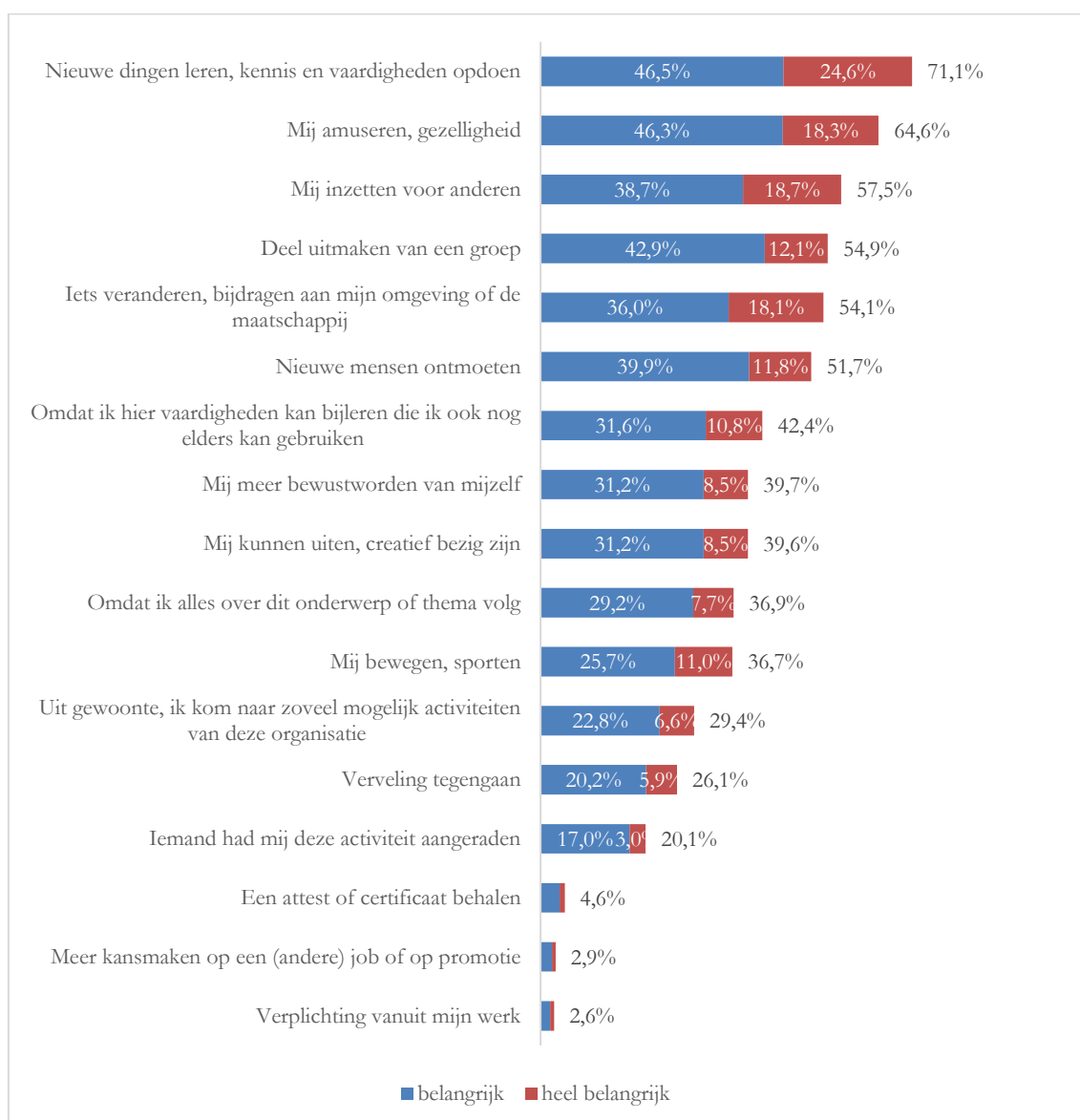
4.8.2 Motieven voor deelname

De respondenten kregen in de enquête tevens een lijst met redenen om aan sociaal-culturele activiteiten deel te nemen. Aan hen werd gevraagd aan te geven in welke mate (op een vijfpuntenschaal van ‘helemaal niet belangrijk’ tot ‘heel belangrijk’) deze redenen belangrijk waren voor de activiteit die ze hadden geselecteerd. De onderstaande grafieken geven een inzicht in die redenen voor participatie.

Zes motieven werden door de meerderheid van de respondenten belangrijk tot heel belangrijk geacht. Het betreft een gevarieerde top zes, waarin drie van de vier functies van het sociaal-cultureel volwassenenwerk (de leerfunctie, de gemeenschapsvormende, en de maatschappelijke bewegingsfunctie) tot uiting komen. Ruim zeven op de tien deelnemers namen aan de desbetreffende activiteit deel om nieuwe kennis en vaardigheden op te doen. Daarmee prijkt dit motief net als in het onderzoek in 2010 op de eerste plaats (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010). Hiermee onderstrepen de deelnemers duidelijk het belang van de leerfunctie van het sociaal-cultureel werk. De betekenis die wordt gehecht aan het deel uitmaken van een groep en nieuwe mensen ontmoeten, onderstreept de gemeenschapsvormende functie en het belang dat gehecht wordt aan het zich inzetten voor anderen en het veranderen en/of bijdragen aan de omgeving of de maatschappij de maatschappelijke bewegingsfunctie. Dit alles dient voor velen gepaard te gaan met plezier en gezelligheid, zo leren we ook uit de antwoorden. Hiermee liggen de motieven voor deelname aan sociaal-culturele activiteiten ook in lijn met de deelnemers hun algemene vrijetijdsmotieven.

Merk op dat de vierde functie, de cultuurfunctie, bij het antwoordpatroon op deze vraag opmerkelijk minder uit de verf komt. Op zich is dat logisch gezien ook steeds minder erkende organisaties zich op die functie oriënteren (Jans & Van Gucht, 2022). Toch zullen we verder ook zien dat veel activiteiten toch door de deelnemers worden gezien als creatieve en/of culturele activiteiten. Cultuur lijkt dus wel duidelijk aanwezig in de activiteiten en ervaring van de activiteit, maar is geen sterke reden voor deelname.

Figuur 8. Mate waarin redenen belangrijk zijn om deel te nemen aan de geselecteerde activiteit (n varieert van 2637 tot 3222): percentages 'belangrijk' en 'heel belangrijk'



4.8.3 Motieven naargelang organisatie en activiteit

Op basis van 18 motieven voor deelname aan sociaal-culturele activiteiten (niet alle items zijn opgenomen) werden vier schalen geconstrueerd² met een minimumscore van 0 en een maximumscore van 10. Een score dicht bij 0 betekent dat het motief helemaal niet belangrijk werd bevonden bij deze activiteit en een score dicht bij 10 betekent dat het motief zeer belangrijk werd bevonden.

² Dit gebeurde aan de hand van een factoranalyse, een statistische methode die wordt gebruikt om de onderliggende relaties tussen variabelen te identificeren en om de complexiteit van gegevens te verminderen door ze te herleiden tot een paar belangrijke onderliggende factoren.

De vier geconstrueerde schalen zijn:

- zelfontplooiing, welke volgende motieven omvat:
 - mij meer bewust worden van mezelf;
 - nieuwe dingen leren, kennis en vaardigheden opdoen;
 - omdat ik hier vaardigheden kan bijleren die ik ook nog elders kan gebruiken.
- ontmoeting, welke volgende motieven omvat:
 - nieuwe mensen ontmoeten;
 - deel uitmaken van een groep.
- altruïsme, welke volgende motieven omvat:
 - iets veranderen, bijdragen aan mijn omgeving of de maatschappij;
 - mij inzetten voor anderen.
- ontspanning, welke volgende motieven omvat:
 - mij amuseren, gezelligheid;
 - mij bewegen, sporten;
 - mij kunnen uiten, creatief bezig zijn;
 - verveling tegengaan.

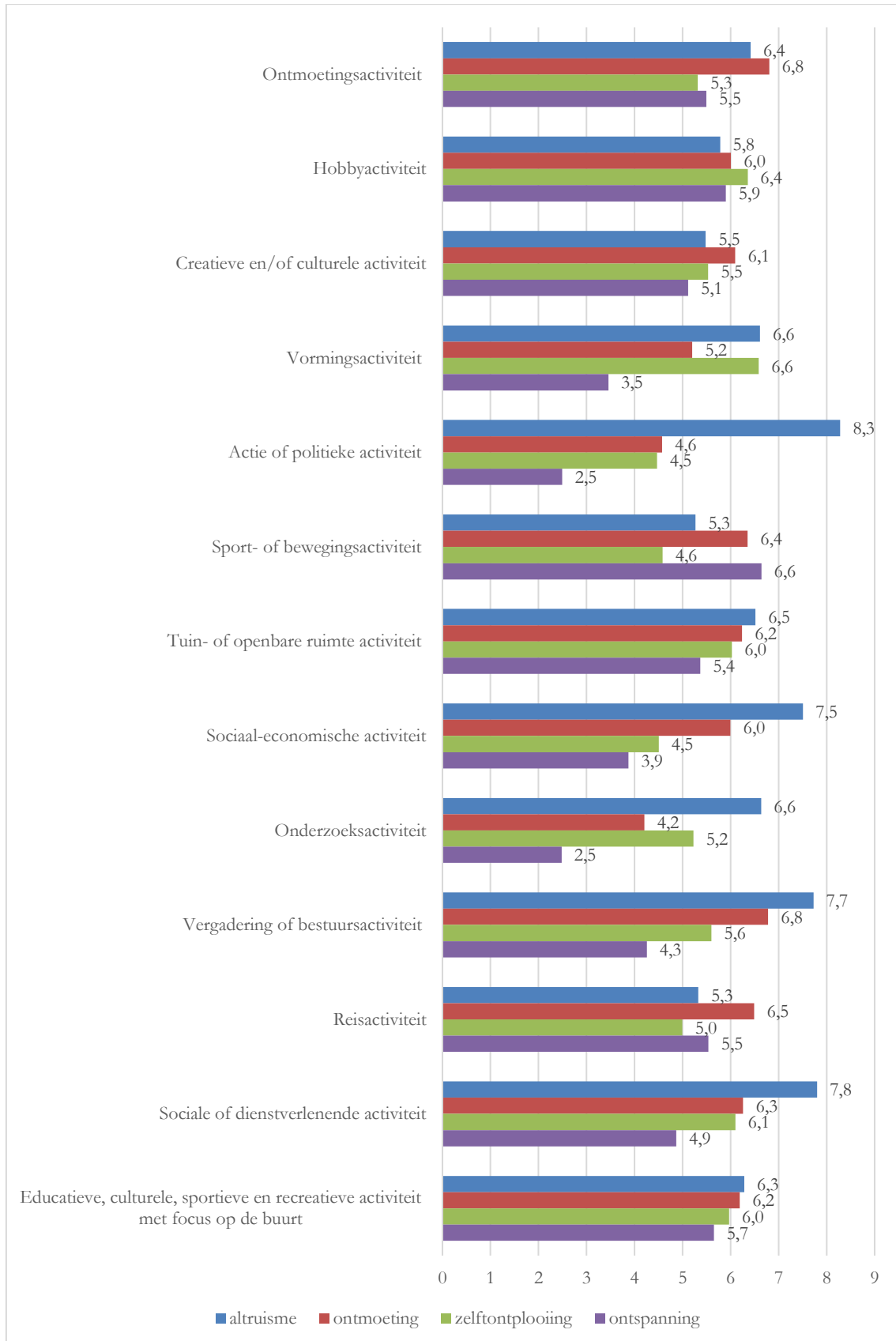
Deze vier dimensies van motieven verschillen naargelang de activiteit waaraan men deelneemt. Zo is het altruïstisch motief veruit het belangrijkste bij acties of politieke activiteiten (gemiddelde score is 8,3), sociaal-economische activiteiten (gem.=7,5) en sociale en dienstverlenende activiteiten (gem.=7,8) maar ook bij vergaderingen en bestuursactiviteiten (gem.=7,7).

Ontmoeting vormt bij de meeste activiteiten een belangrijk motief (doorgaans een gemiddelde score van 6 of hoger). Enkel bij vormings-, politieke en onderzoeksactiviteiten vormt dit een minder belangrijk motief.

Ook het ontspanningsmotief, dat over het algemeen iets minder belangrijk wordt bevonden dan ontmoeting, vormt minder een motief tot deelname bij vormings-, politieke en onderzoeksactiviteiten, en eveneens bij sociaal-economische activiteiten en vergaderingen en bestuursactiviteiten.

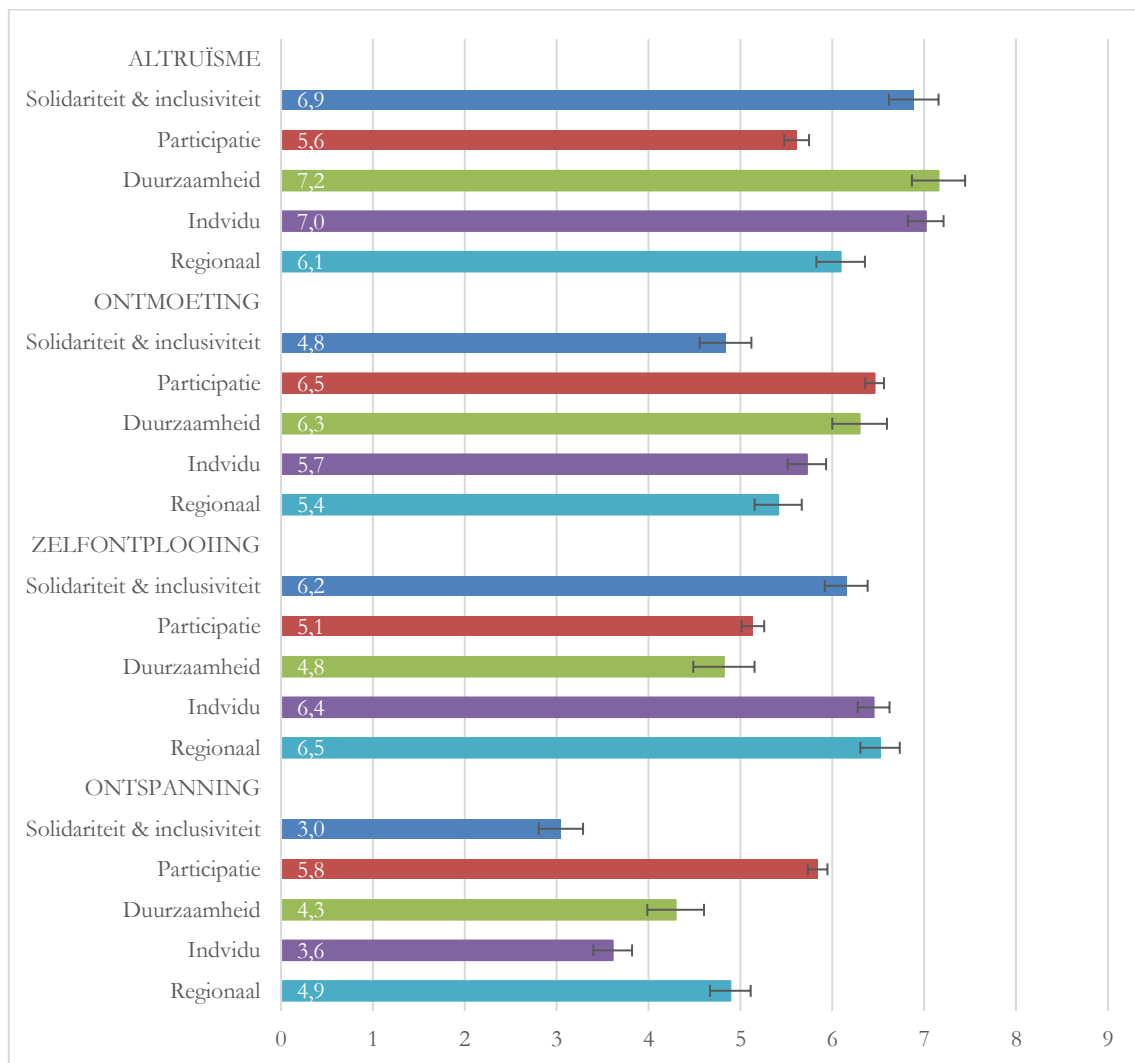
Zelfontplooiing, ten slotte, vormt bij hobby- en vormingsactiviteiten een belangrijker motief dan bij de meeste andere activiteiten.

Figuur 9. Motieven voor deelname aan activiteit: gemiddelde schaalscores naargelang type activiteit



De geschetste samenhang uit zich tevens naargelang het type organisatie waaraan men deelneemt. Altruïsme vormt een belangrijker motief in organisaties die focussen op solidariteit en inclusiviteit, op duurzaamheid of op individu dan bij organisaties die meer focussen op participatie en de regionale organisaties of Avansa's. Ontmoeting vormt een belangrijker motief voor deelname bij organisaties die zich toeleggen op participatie of duurzaamheid dan bij de drie andere clusters. Zelfontplooiing is dan net weer belangrijker bij deze drie andere clusters. Ontspanning tenslotte is een merklijk minder belangrijk motief voor deelname bij vier van de vijf clusters. Enkel bij de organisaties die focussen op participatie is dat motief zwaarwegend en tevens significant belangrijker dan bij de vier andere clusters.

Figuur 10. Motieven voor deelname aan activiteit: gemiddelde schaalscores naargelang cluster (met betrouwbaarheidsintervallen)



Deel van deze variatie heeft mogelijk te maken met het verschillend profiel van deelnemers binnen deze vijf clusters. We analyseerden daarom ook de deelnamemotieven tegen de achtergrond van de socio-demografische profielen van de deelnemers.

We stellen vast dat de socio-demografische kenmerken niet veel van de variatie verklaren die er bestaat inzake motieven voor deelname, maar toch zijn een aantal van deze kenmerken duidelijk

gerelateerd aan de verwachtingen die deelnemers aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk hebben ten aanzien van de activiteiten.

De meest bepalende kenmerken zijn leeftijd, herkomst en opleiding. Naarmate de leeftijd vordert, verrichten deelnemers minder een activiteit vanuit altruïstische motieven of om zichzelf verder te ontplooien. Ontspanning en ontmoeting worden daarentegen belangrijker met het verder toenemen van de leeftijd.

Bij herkomst en opleiding doen we een opvallende observatie. Personen in meer maatschappelijk kwetsbare situaties, nl. met een kortere opleiding en niet-Europese achtergrond, vertonen de hoogste scores op alle motieven. Met andere woorden, de verwachtingen zijn het hoogst bij deelnemers uit maatschappelijk kwetsbare groepen. Inkomen doet er daarentegen als kenmerk weinig toe, maar ook hier liggen de resultaten in dezelfde lijn. Personen die makkelijker rondkomen met het gezinsinkomen verrichten minder dan de middencategorie een sociaal-culturele activiteit om zichzelf verder te ontplooien of ter ontspanning.

Tabel 5. Vrijtijdsdrijfkrachten naargelang socio-demografische kenmerken (multivariate regressieanalyses)

	Altruïsme (n=2964)			Zelfontplooiing (n=2811)			Ontspanning (n=2725)			Ontmoeting (n=3217)		
	B	β	Sig.	B	β	Sig.	B	β	Sig.	B	β	Sig.
Intercept	8,007			8,486			3,601			4,540		
Gender												
- Man (ref.)												
- Vrouw	,001	,000		,321	,066	***	,312	,062	***	,126	,025	
Leeftijd	-0,025	-0,124	***	-0,044	-0,251	***	,028	,156	***	,028	,152	***
Herkomst												
- Enkel Belgische herkomst (ref.)												
- Buurland of EU-land	-0,020	-0,002		,326	,033		-0,042	-0,004		,086	,008	
- Buiten EU	,931	,069	***	,879	,074	***	1,381	,110	***	1,244	,097	***
Diploma												
- Ten hoogste secundair onderwijs (ref.)												
- Bachelor	-0,197	-0,036		-0,082	-0,017		-0,814	-0,160	***	-0,566	-0,109	***
- Master	-0,359	-0,059	**	-0,279	-0,051	*	-1,531	-0,270	***	-0,910	-0,156	***
Subjectief inkomen												
- Moeilijk rondkomen	-0,261	-0,029		-0,260	-0,032		-0,103	-0,012		-0,051	-0,006	
- Middencategorie (ref.)												
- Makkelijk rondkomen	-0,133	-0,025		-0,237	-0,050	*	-0,268	-0,054	*	-0,173	-0,034	
R ²	2,7%			9,5%			11,1%			5,7%		

De cijfers hierboven geven het duidelijk aan: er zijn veel verschillende redenen waarom mensen participeren bij sociaal-culturele activiteiten. De behoeften of gevoelens die mensen prikkelen tot deelname (wat we eerder vatten met de term *'needs arousal'*) zijn erg uiteenlopend, en dat geldt dus ook voor de bredere motieven die die participatie schragen. Ook socio-demografische aspecten spelen daarin een bepalende rol.

De cijfers in de enquête geven alvast enkele grote tendensen weer. Deelnemers zijn doorgaans uit op ontspanning, ontwikkeling en bijleren, op ontmoeting en gemeenschapsvorming, of op altruïsme en maatschappelijke verandering. Deze variatie aan motieven is niet toevallig, ook andere studies vinden gelijkaardige motieven om aan het sociaal-cultureel middenveld deel te nemen (Gustafson & Hertting, 2017).

De persoonlijke deelnamemotieven matchen vrij goed met de voor het sociaal-cultureel volwassenenwerk decretaal vastgelegde functies. Een goede match tussen de motieven van de deelnemer en de functie(s) van de organisatie(s) lijkt zelfs cruciaal voor de drive tot (blijvende) deelname. Dergelijke match zorgt ervoor dat de deelname voor de participanten als zinvol overkomt en hen voldoening geeft. In dit onderzoek hebben we geen voormalige participanten bevroegd over waarom een motivatiematch met een organisatie na verloop van tijd toch tot onvoldoende motivatie leidde om te blijven deelnemen. Uit internationaal onderzoek leren we echter dat motieven in een levensloop wel kunnen veranderen en dus specifieke motieven om bij een bepaalde organisatie deel te nemen met-tertijd kunnen vervagen (Serrat et al., 2018; Tang et al., 2010).

Uit de interviews leren we nog dat deelnemers vaak meerdere deelnamemotieven hebben die aantikken op verschillende functies. Er is dus zelden slechts één motief voor participatie, bijna altijd zijn er meerdere.

De 46-jarige Özgön konden we interviewen tijdens een kookworkshop. Ze gaf te kennen dat ze veel interesse heeft in voeding en – misschien zelfs met het oog op een carrièreswitch – graag nog beter wil leren koken. Tegelijk is het voor haar belangrijk dat ze ook nieuwe mensen leert kennen. Daarom vindt ze het interessant dat het publiek dat aan de workshop deelneemt regelmatig verandert. Het zijn vaak mensen met een migratieachtergrond en Özgön is erg nieuwsgierig naar hun levensverhalen en culturele achtergrond. Ze stelt daar ook doelgericht vragen over. De workshop heeft die culturele uitwisseling niet als doel, maar de mogelijkheid tot uitwisseling motiveert Özgön wel.

Ook het verhaal van de 18-jarige Marit vormt een mooie illustratie van de combinatie van verschillende participatiemotieven. Marit is al drie jaar vegetarisch en sinds een half jaar veganistisch. Ze neemt regelmatig deel aan activiteiten van een organisatie die vegetarisme en veganisme promoot (binnen de stroom 'duurzaam samenleven'). Ze doet dat om ecologische motieven ('Dat is voor onze planeet'), maar ook om nieuwe inzichten te verwerven ('Ik kan iets bijleren, bijvoorbeeld over de melkindustrie'), om nieuwe mensen te leren kennen ('Je komt met nieuwe mensen in contact. (...) sociale banden maken u een ander mens.') en met het oog op maatschappelijke verandering ('Je kan aan iets meewerken waar je achter staat. (...) ik wil mij ten dienste stellen.').

Motieven mogen niet als beweegredenen worden gezien die puur persoonlijk zijn en los staan van de context. Een deelnamemotief en zelfs een 'needs arousal' ontstaat vaak pas in combinatie met een haalbaar aanbod.

Los van de achterliggende motieven voor deelname is het ook duidelijk erg belangrijk dat de individuen een goed contact hebben met de organisatie zelf. Een amicaal contact met één persoon kan daarvoor al voldoende zijn.

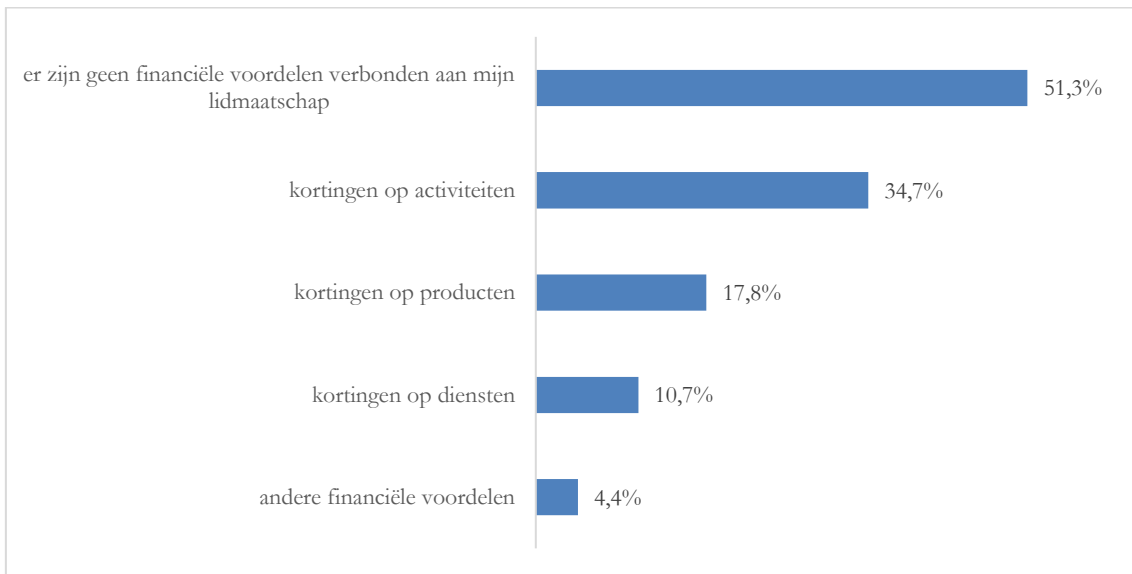
4.9 Lidmaatschap

We gaven al aan dat deelnemen aan activiteiten van een organisatie soms gepaard gaat met een lidmaatschap bij die organisatie. Lidmaatschap betekent dat er een geformaliseerde band is tussen een individu en een organisatie waaruit blijkt dat dat individu zich voor langere tijd (doorgaans een jaar) aansluit bij de organisatie. Lidmaatschap duidt in eerste instantie op een psychologische band tussen individu en organisatie, soms veruitwendigd in bepaalde symbolen (bv. een badge, lidkaart). Niet altijd, maar meestal houdt een lidmaatschap ook bepaalde rechten (bv. recht op kortingen bij deelname) en plichten in (bv. jaarlijkse lidmaatschapsbijdrage, aanwezigheid op events).

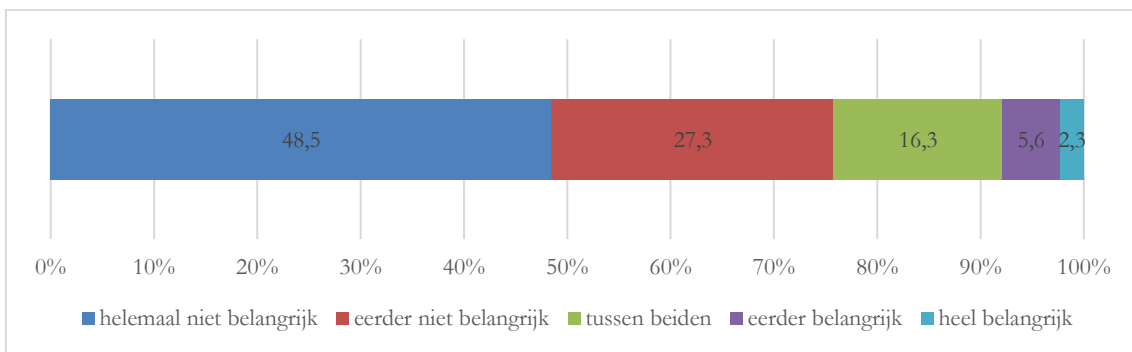
Lange tijd werkte de grote meerderheid van de sociaal-culturele organisaties met vormen van lidmaatschap, soms zelfs met verschillende categorieën van leden. Een lidmaatschapsformule was zo courant dat ze als criterium gold om te spreken van een sociaal-culturele vereniging. Vandaag ligt dat anders. Het werken met een lidmaatschap gebeurt minder en wel om twee redenen. Ten eerste werd vastgesteld dat niet iedereen die lid was van een vereniging naast dat formele lidmaatschap ook daadwerkelijke betrokkenheid toonde. Veel leden waren slechts passieve leden of 'leden op papier' (Wollebaek & Selle, 2004). Daarnaast was het ook zo dat sommige participanten wel geïnteresseerd waren in één of meerdere sociaal-culturele praktijken van een organisatie, maar daarom nog geen lidkaart wilden kopen of op een andere manier een langdurig engagement in de vereniging wilden aangaan. Een verplicht lidmaatschap was voor hen dus een drempel.

Toch is het werken met lidmaatschap nog steeds vrij courant en heeft, zoals we al aangaven, iets meer dan de helft van de deelnemers die we in de survey bevroegen een dergelijk lidmaatschap. Onderstaande grafiek toont aan dat wie vandaag lid is bij een erkende sociaal-culturele organisatie daar soms ook persoonlijk voordeel mee kan doen. In een derde van de gevallen kunnen de leden rekenen op een financiële korting bij bepaalde activiteiten. Soms ook op een korting op producten of diensten. Niet elk lid vindt dergelijke financiële tussenkomst echter belangrijk. Het is duidelijk de voordelen van lidmaatschap soms de leden kunnen dienen, maar het lidmaatschap zelf (zeker als het betalend is) soms ook louter ten dienste staat van de organisatie voor wie de lidmaatschapsbijdrage een vorm van inkomsten is.

Figuur 11. Financiële voordelen verbonden aan lidmaatschap (enkel voorgelegd aan personen die lid zijn van een organisatie, n=2071)



Figuur 12. Mate waarin financiële voordeel belangrijk was om lid te worden (n=1004)



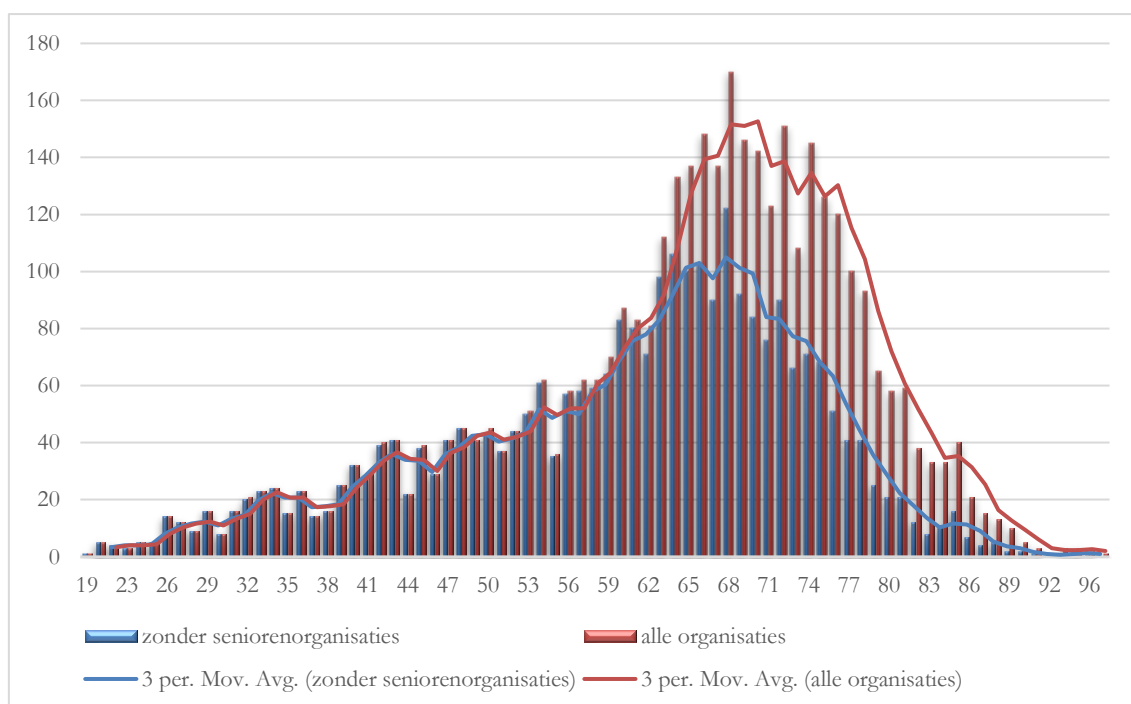
5 | Het profiel van deelnemers

5.1 Leeftijd

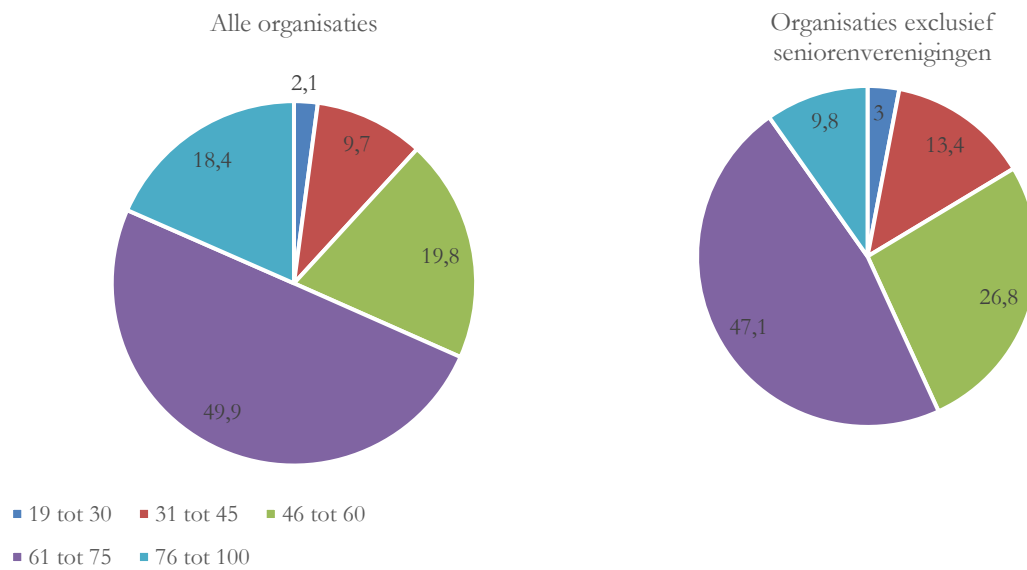
5.1.1 De cijfers

Uit de enquêtecijfers blijkt dat de gemiddelde leeftijd van de deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenen bijna 64 jaar is. Ook wanneer we de deelnemers van Cultuurvuur, NEOS en VI@s – drie verenigingen die zich richten tot de oudere leeftijdsgroepen – niet meenemen in de berekening van de gemiddelde leeftijden blijft dat gemiddelde 60 jaar. Zonder die drie organisaties zijn de leeftijden meer normaal verdeeld (Figuur 13) en het aandeel jong gepensioneerden (61- tot 75-jarigen) aanzienlijk lager (Figuur 14). Maar ook zonder deze drie seniorenorganisaties ligt de gemiddelde leeftijd van de deelnemer aan het sociaal-cultureel werk dus merkbaar hoger dan in 2010. Toen lag dat gemiddelde – afhankelijk van het type organisatie – nog tussen de 45 en 55 jaar (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010). Er lijkt dus, gemiddeld gesproken, sprake te zijn van een merkelijke toename van het leeftijds-gemiddelde in het deelnemersveld.

Figuur 13. Leeftijdsverdeling deelnemers alle organisaties (n=3887) en organisaties exclusief seniorenverenigingen (n=2796): aantal respondenten per leeftijd en voortschrijdende gemiddelden



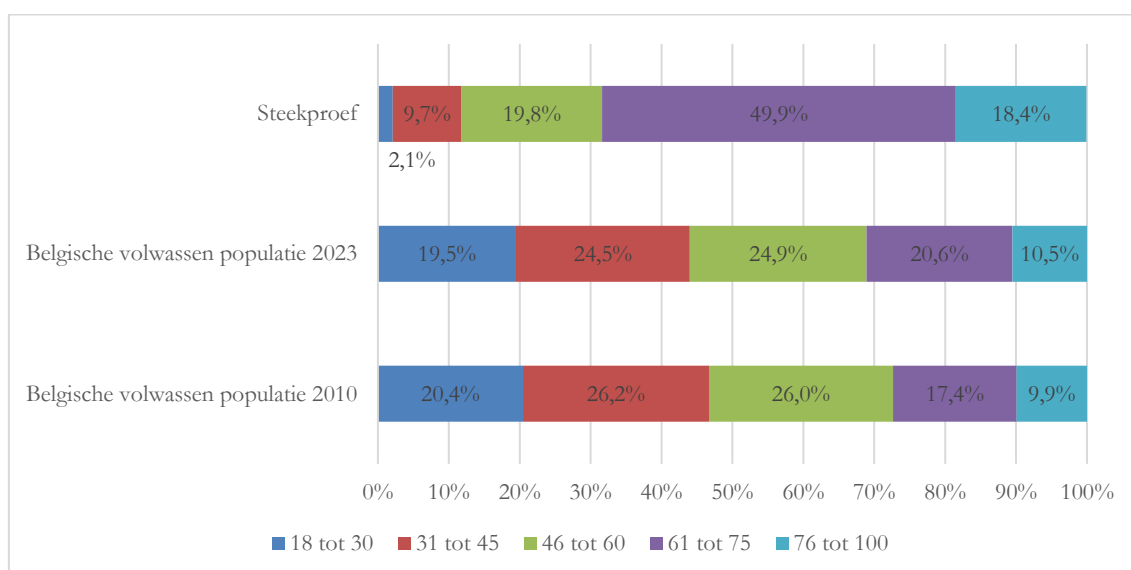
Figuur 14. Leeftijdverdeling deelnemers in alle organisaties (n=3887) en organisaties exclusief seniorenverenigingen (n=2796) (%)



Als we spreken van een merkelijke leeftijdstoename moeten we wel incalculeren dat de gemiddelde leeftijd van de Belgische bevolking het voorbije anderhalf decennium ook is toegenomen. Echter, de algemene leeftijdstoename is lang niet voldoende om deze leeftijdstoename onder de participanten te verklaren. Zoals uit figuur 15 blijkt, is de vergrijzing van de samenleving beperkt. Het percentage volwassenen in België met een leeftijd boven de 60 jaar bedroeg in 2010 en 2023 respectievelijk 27% en 31%. Bij de respondenten bedraagt dit maar liefst 68% (en ook wanneer we de seniorenorganisaties buiten beschouwing laten nog steeds 57%).

Naast demografische verschuivingen is ook niet uitgesloten dat gevoerd beleid mee impact heeft op de leeftijdstoename van de deelnemers. Zo kan de stijging van de pensioenleeftijd als gevolg hebben gehad dat mensen vandaag pas op latere leeftijd voldoende tijd vinden om deel te nemen aan de activiteiten van een sociaal-culturele organisatie. Ook het feit dat steeds meer studenten een betaalde job uitoefenen tijdens hun studie en daardoor mogelijk minder tijd hebben voor deelname, kan impact hebben op de gemiddelde leeftijd van deelnemers.

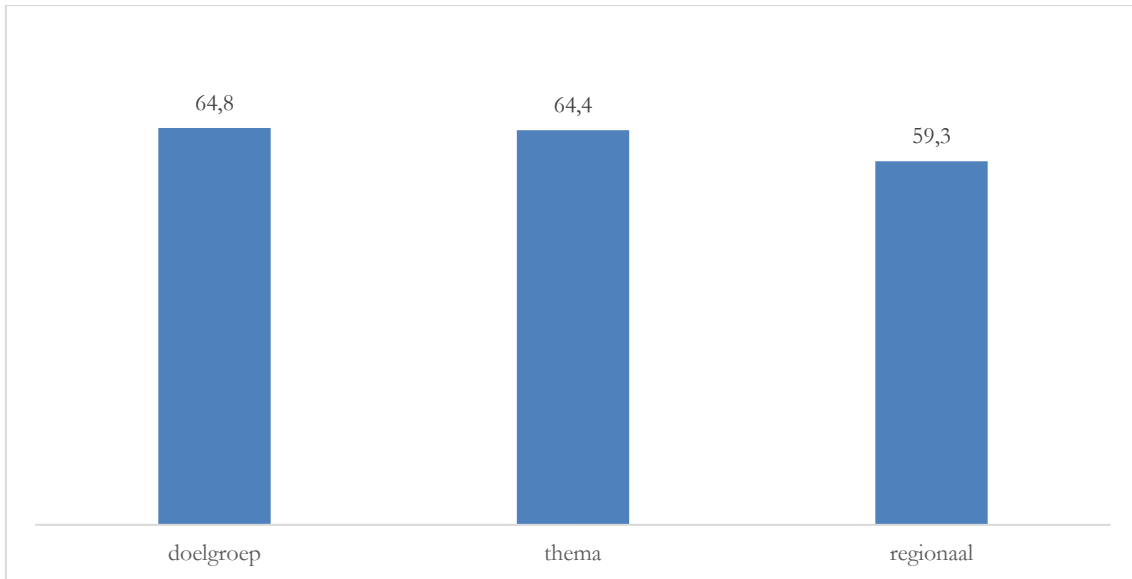
Figuur 15. Leeftijdsverdeling bij respondenten vergeleken met leeftijdsverdeling bij de Belgische volwassen populatie in 2010 en 2023



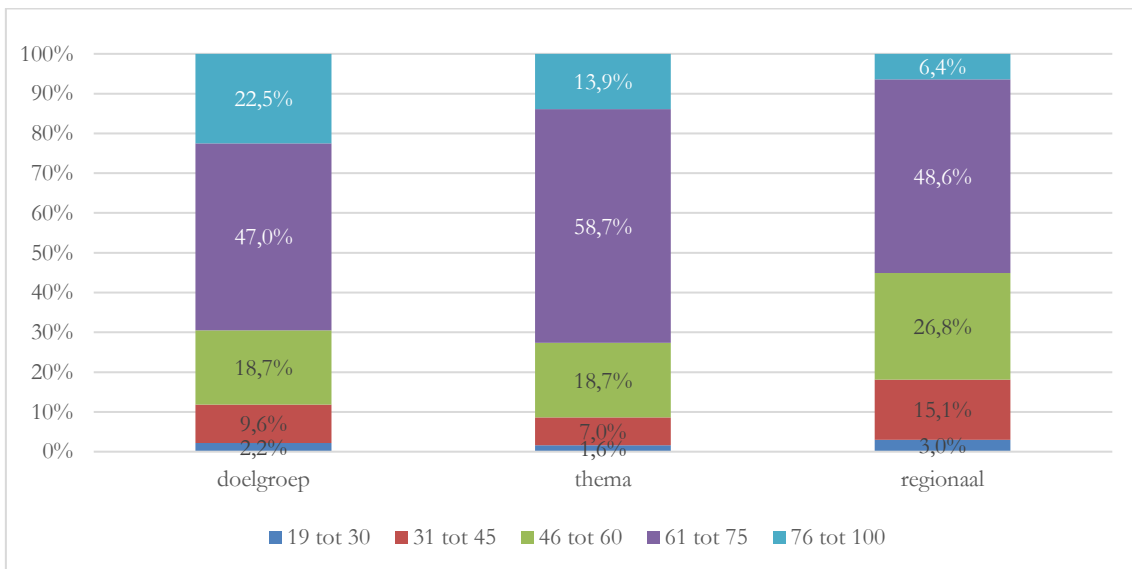
Het is belangrijk erop te drukken dat de toename van de gemiddelde leeftijd niet even sterk is in alle organisatietypes. We stellen significante verschillen vast naargelang gerichtheid en cluster waar de organisatie toe behoort.

- Significante verschillen naargelang gerichtheid:
 - de regionaal gerichte organisaties (Avansa's) bereiken iets gemakkelijker de jongere leeftijdsgroepen dan de thema- en doelgroepgerichte organisaties. Dit ligt in lijn met de vaststellingen van het participatieonderzoek van 2010 (Vermeersch & Vandenbroucke). Ook toen hadden de regionale sociaal-culturele organisaties (toen nog onder de naam Vormingplus) een lagere gemiddelde deelnameleeftijd dan de verenigingen;
 - de gemiddelde leeftijd van de deelnemers verschilt niet tussen de thema- en doelgroepgerichte organisaties maar er is wel een grotere leeftijdsspreiding bij de doelgroepgerichte organisaties. Bij de themagerichte organisaties is meer dan de helft van de deelnemers tussen de 61 en 75 jaar oud; de doelgroepgerichte organisaties tellen dan weer het hoogst aandeel 75-plussers.
- Significante verschillen naargelang cluster:
 - de deelnemers aan de organisaties binnen de cluster 'participatie' zijn gemiddeld ouder dan de deelnemers binnen andere clusters. Ongeveer negen op de tien deelnemers die we ondervroegen binnen die cluster is 61 jaar of ouder. Dit hoge percentage ouderen slinkt naar 75% wanneer we de seniorenverenigingen buiten beschouwing laten, maar ook dan blijft de leeftijd in deze cluster significant hoger dan in de andere clusters.

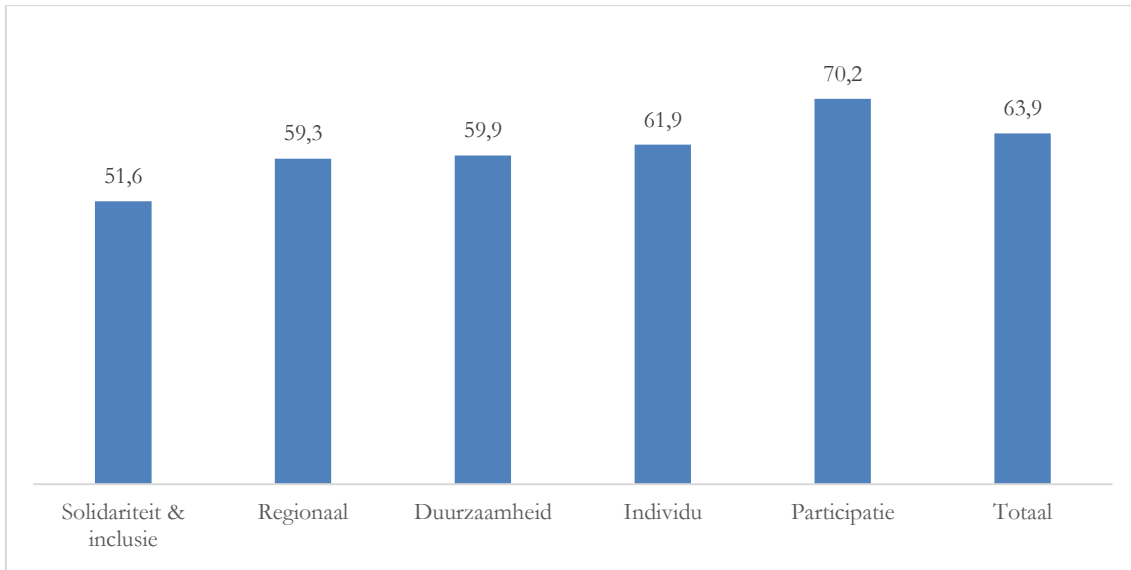
Figuur 16. Gemiddelde leeftijd deelnemers naar gerichtheid (n=3864)



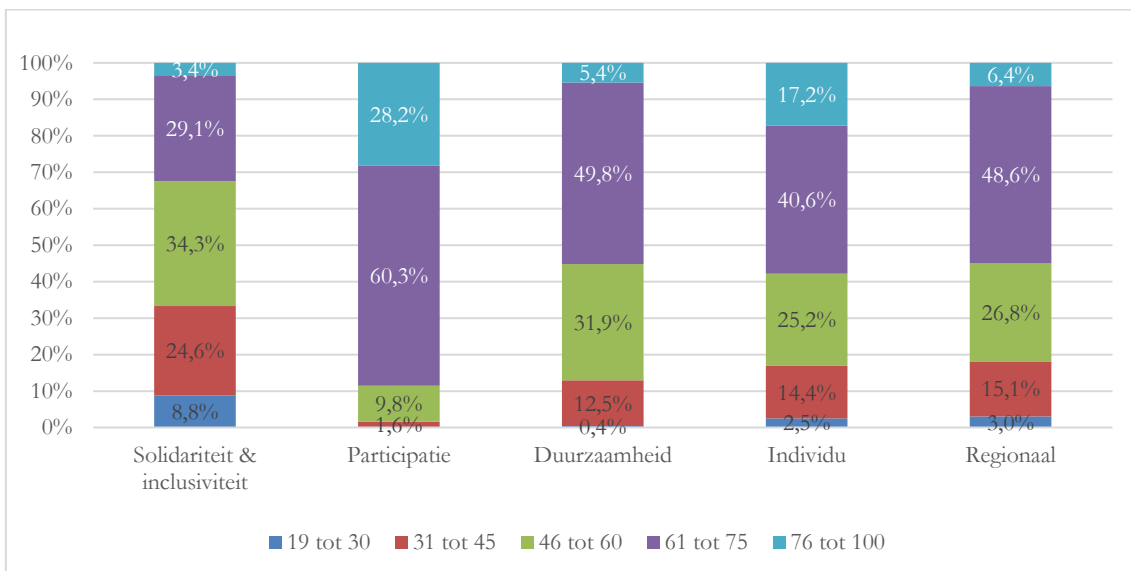
Figuur 17. Leeftijdverdeling deelnemers naar gerichtheid (n=3864)



Figuur 18. Gemiddelde leeftijd deelnemers naar cluster (n=3864)



Figuur 19. Leeftijdverdeling deelnemers naar cluster (n=3864)



5.1.2 De toename van de gemiddelde leeftijd geduid

De bovenstaande cijfers, in vergelijking met de cijfers van 2010, laten er dus weinig twijfel mogelijk: de stijging van de gemiddelde leeftijd bij deelnemers aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk is een feit, zelfs als we de seniorenverenigingen buiten beschouwing laten. Die vaststelling blijkt niet alleen uit de surveycijfers, ook de interviews die we hadden met betrokkenen bij sociaal-culturele organisaties bevestigden dat. De leeftijdstoename valt ook de deelnemers zelf op. Meerdere geïnterviewden wijzen erop dat er in vele sociaal-culturele organisaties geen natuurlijke ‘generatiewissel’ plaats vindt of dat die erg moeizaam gebeurt. De huidige groep participanten neemt nog vaak deel omdat ze geïnspireerd en gemotiveerd werd door een vorige generatie van deelnemers, hetzij ouders, familie of vrienden (de 61-jarige Lisanne herinnert zich haar eerste deelname aan een activiteit van haar vaste vereniging en zegt hierover: ‘Ik kwam op de activiteit en ik kende daar al meer dan 60% van de deelnemers’). Enigszins veralgemenend kunnen we stellen dat de huidige participanten

die participatie vaak steeds moeilijker doorgegeven krijgen naar een ‘volgende’ generatie. Enkele voorbeelden:

Linda is een actieve betrokkene bij een grote vereniging binnen de stroom ‘participatie’. Ze is al 40 jaar actief in de vereniging, waarvan 35 jaar als vrijwilligster. Ze nam ook al bestuursfuncties op in de organisatie. Zij zegt dat ze de veranderingen in het verenigingsleven echt ziet gebeuren. Ze merkt op dat langere engagementen aangaan steeds moeilijker wordt, zeker voor jongeren. Het gaat dan niet enkel over vrijwilligerswerk, maar ook over duurzaam lidmaatschap en deelname. Ze verwijst daarbij ook naar haar eigen kinderen: ‘Ik heb mijn kinderen proberen mee te krijgen (naar de vereniging), maar zij hebben dat niet volgehouden.’

Antoine is geen vrijwilliger maar enkel deelnemer bij een andere, zeer grote vereniging binnen diezelfde stroom. Hij is gepensioneerd en heeft volwassen kinderen, maar ondanks pogingen lijkt ook bij het enthousiasme voor deelname aan zijn vereniging niet te kunnen doorgeven aan zijn kinderen. Zijn oordeel is vrij pessimistisch: ‘Ik zie het overal gebeuren (noemt nog andere namen van sociaal-culturele organisaties, ook binnen andere clusters en stromen). Ik vrees dat ze het moeilijk gaan krijgen. Steeds meer activiteiten op lokaal niveau moeten ook afgelast worden wegens een gebrek aan inschrijvingen. Er is geen vers bloed.’

Uit de interviewdata kunnen we niet opmaken of de leeftijdstoename in het deelnemersbestand een fenomeen is dat alle organisaties even hard ervaren. De enquêteresultaten lijken alvast te suggereren dat geen enkel organisatietype in de erkende sociaal-culturele sector er echt aan ontsnapt. Dat zegt echter nog niets over individuele organisaties of verschuivingen binnen organisaties. Bovendien hebben we geen zicht op hoe volwassenen vandaag bij sociaal-culturele praktijken buiten het erkende veld participeren en of daar ook sprake is van eenzelfde tendens.

De sleutelfiguren die we spraken op het rondetafelgesprek manen aan tot voorzichtigheid bij de interpretatie van de data over de leeftijd van deelnemers. Ze wijzen erop dat een aantal gesubsidieerde sociaal-culturele organisaties wel bijzonder populair is en blijft bij jongere leeftijdsgroepen. Ze noemen daarbij vooral namen van organisaties die zich specifiek richten op doelgroepen, zoals personen met een beperking. Organisaties die zich op het brede publiek richten, zien het fenomeen van de leeftijdstoename van hun gemiddelde deelnemer meer courant en versneld gebeuren, zo geven ze uit ervaring aan. Ze drukken er verder ook op dat de gemiddelde leeftijd van de deelnemers nog meer dan van de organisatie ook afhankelijk is van de specifieke activiteit, werkvorm of project. Achter een ‘gemiddelde leeftijd’ van een participatiebestand van een organisatie kan dus veel variatie schuilgaan.

5.1.3 De oorzaken van de stijging van de gemiddelde leeftijd

Een verdere analyse van de leeftijdstoename dringt zich alleszins op. Vooraleer na te denken over hoe de trend eventueel kan worden gekeerd, is het essentieel een diagnose van de oorzaken te maken. Uit de interviews en het rondetafelgesprek maken we op dat de oorzaken zich op verschillende niveaus bevinden.

Ten eerste wijzen nogal wat geïnterviewden op een maatschappelijke verschuiving. Zo is het aanbod van vrijetijds mogelijkheden voor volwassenen het afgelopen decennium sterk gestegen.

Antoine, die veelvuldig deelneemt aan de lezingen van zijn grote vereniging, wijst erop dat veel jonge volwassenen een drukke agenda hebben omwille van hun job en hun gezin. Als vrijetijdsbesteding kiezen ze gemakkelijker voor sportactiviteiten dan voor verdiepende sociaal-culturele activiteiten, zo geeft hij aan.

Een ander aspect van de maatschappelijke context is het toegenomen belang van online communicatie. Dit heeft een andere manier van maatschappelijke participatie en ook van sociale distantisering geïntroduceerd. De geïnterviewden wijzen erop dat dit niet wil zeggen dat het maatschappelijk engagement in de samenleving gedaald is, maar wel dat mensen sterker moeten worden overtuigd om aan activiteiten buitenshuis deel te nemen. Anders gezegd: de sociaal-culturele organisaties winnen het niet altijd van de verlokkingen van sociale media en andere vrijetijdsbestedingen die thuis kunnen gebeuren. Een geïnterviewde stelt dat de covidpandemie hierin een duidelijk keerpunt was.

Mirèse is een zestiger die zeer regelmatig vrijwilligt bij een themagerichte, middelgrote vereniging. Ze zegt: 'Er is erg veel veranderd sinds de pandemie. Covid was een duidelijke gamechanger. Zeker voor organisaties die steunen op lezingen.'

De 61-jarige Lisanne die al meer dan 40 jaar participeert bij eenzelfde grote vereniging bevestigt dat: 'Het verenigingsleven heeft het niet gemakkelijk, zeker niet na covid. Mensen zijn individueel hun tijd gaan doorbrengen. In functie van sociaal contact is dat zorgwekkend. Individualisme is onze zorg.'

Ten tweede moeten we ook naar oorzaken zoeken in de manier waarop sociaal-culturele organisaties zich - al dan niet bewust - organiseren, structureren en profileren. Veel geïnterviewden beklemtonen dat de manier waarop mensen zich verenigen in sociaal-culturele organisaties in essentie weinig veranderd is de voorbije decennia. Zeker organisaties waarbij vrijwilligers zelf de lijnen uitzetten en de activiteiten van de organisatie bepalen (bv. op lokaal niveau) werken vaak nog volgens een bepaalde traditie van afdelingswerk. Het gevolg is dat mensen die zich in die traditie goed voelen wel blijven deelnemen, maar dat die aanpak niet noodzakelijk aantrekkelijk werkt voor buitenstaanders. Zo wordt het huidige participantenbestand behouden en wordt ze ook stilaan ouder maar is er geen 'aflossing van de wacht' door jongere leeftijdsgroepen. Dit betekent dat de gemiddelde leeftijdstoename bij sociaal-culturele organisaties geen kwestie is van *vergrijzing* (door het steeds gemakkelijker aantrekken van oudere generaties) maar veeleer een zaak van *ontgroening* (het steeds moeilijker aantrekken van jongere generaties). Hoe hoger de gemiddelde leeftijd van de deelnemers en vrijwilligers in een organisatie is, hoe moeilijker het ook wordt aantrekkelijk te zijn voor merkelijk jongere groepen. Zo ontstaat een duaal participantenbestand, niet alleen op het vlak van leeftijd maar ook op het vlak van interesses. Leeftijd en interesses hangen immers sterk samen, zo geven de geïnterviewden aan. Het gevaar is dat in zo een duaal deelnemersveld de kritische massa van de jongste leeftijdsgroepen steeds kleiner wordt, tot het kantelmoment dat die individuele jongeren zich niet meer kunnen herkennen in de meerderheid van de deelnemers, steeds minder een band voelen met de organisatie en vervolgens afhaken. Door dat gebrek aan herkenning versnelt het proces van ontgroening vanzelf.

Simon en Sandra, beide zeer actieve deelnemers bij eenzelfde middelgrote vereniging die zich richt op de participatie van doelgroepen, zeggen het resoluut zo: 'Je weet als oudere persoon niet altijd wat er speelt bij jongeren. Ze gaan er werk van moeten maken om jongeren voor verenigingen te vinden en ze gaan daarbij ruimte moeten laten aan de jongeren om ook kritisch te zijn voor de vereniging. Een attitude vanwege de oudere generaties à la 'wij doen dat hier zo', dat werkt niet meer. Er wordt te weinig gesproken tussen jong en oud. (...) De afstand voor jongeren is groot. Je kan wel als vereniging zeggen: ze zijn welkom, maar die jongeren weten dat niet, zij voelen dat niet.'

De eerder vernoemde Mirèse en Lisanne schrijven het niet alleen toe aan het gebrek aan dialoog tussen oud en jong, en dat ouderen te weinig 'eigenaarschap' doorgeven aan jongere deelnemersgroepen. Ze wijzen erop dat jongeren ook drastisch andere interesses hebben. Mirèse stelt: 'Het leeftijdsverschil tussen een 80-jarige en een 20-jarige valt niet te overbruggen. We kunnen niet 'verjongen' vanuit die kern'. Lisanne bevestigt: 'De visie van jongeren bevindt zich ook op een ander vlak. Sommige van onze afdelingen bestaan al 60 of 70 jaar. Jongeren hebben niet altijd interesse om

deel te worden van zo een afdeling. (...) Zo is de manier van ontmoeten en vergaderen sterk veranderd. Jonge mensen zien elkaar veel meer online.'

Dat laatste wordt ook bevestigd door de sleutelfiguren die we spraken. Voor afspraken, zo merken ze op, kiezen jongeren leeftijdsgroepen steeds vaker voor online samenkomsten, net omdat ze dat beter ingepast krijgen in hun drukke agenda's. Dat elke generatie eigen gewoonten en voorkeuren heeft en veel mensen zich tot sociaal-cultureel volwassenenwerk aangetrokken weten door leeftijdsgenoten, houdt een pleidooi in zich om als organisatie niet enkel intergenerationeel maar ook generationeel te blijven werken, en dus rekening houdend met de verschillende interesses en agenda's naargelang de levensfase.

Ten derde zijn er ook meer psychologische oorzaken voor het gedifferentieerd participatiepatroon afhankelijk van de leeftijd. Uit de interviews maken we op dat vooral jongeren, maar ook steeds meer de oudere generaties, regelmatig hun eigen participatiegedrag tegen het licht houden. Ze stellen regelmatig vragen bij hun deelname en vragen zich af of hun deelname wel (nog steeds) de moeite loont. En ze doen dat nadrukkelijker dan vroeger. We zouden de deelnamekeuze vandaag dus meer zelfbewust of meer reflexief kunnen noemen. Dit wordt gearticuleerd in vragen als: *past dit aanbod (nog) wel bij mij? Is dit iets waar ik tijd en geld aan wil besteden? Zijn er andere organisaties die iets gelijkaardigs of iets beter bieden?* ... Het zijn kritische vragen die steeds opnieuw worden gesteld, bijvoorbeeld bij elke inschrijving voor een activiteit of project. Vaak wordt de informatie over concurrerend aanbod daarbij mee in beschouwing genomen. Op die manier gaan deelnemers expliciet en regelmatig hun eigen deelname 'wikken en wegen'. Dit kan uiteraard een vast of automatisch participatiepatroon - gebaseerd op gewoonte - doorbreken. Merk op dat het ook vragen zijn die veeleer gaan over inhoud, kwaliteitsoverwegingen en praktische overwegingen dan over een bepaald wereldbeeld of ideologie. Zelfs van de deelnemers die we spraken bij organisaties die nog te associëren zijn met het klassieke veld van verzuilde verenigingen, krijgen we te horen dat die ideologische connotatie niet altijd nog een sterke *pull*-factor is, zelfs voor mensen met een hogere leeftijd. Ze merken ook op dat veel organisaties de voorbije jaren voorzichtiger zijn geworden om zichzelf te profileren in een bepaalde ideologie of zuil. En hoewel deelnemers bij verenigingen die zijn groot geworden binnen het klassieke verzuilde middenveld die politiek-ideologische stempel van hun organisaties nog wel kennen, laten ze zich er niet altijd door leiden.

De middelgrote vereniging waar Sandra (41 jaar) zich actief in engageert heeft een duidelijk andere signatuur dan de verenigingen waarin haar ouders actief waren. Ze zegt van zichzelf dat ze van thuis uit 'erg blauw' werd opgevoed, maar nu voelt zij zich veel meer 'rood dan blauw'. Haar participatiegedrag wordt dus niet (langer) gedetermineerd door dat van de vorige generatie, ze gaat er naar eigen zeggen zelfs tegenin. Voor haar is de ideologie van de vereniging waarbij ze actief is duidelijk wel nog een deel van haar persoonlijke motivatie, maar ze merkt ook op dat dat bij anderen (zoals haar partner die haar regelmatig vergezelt naar activiteiten) niet meer zo is.

5.1.4 Hoe reageren sociaal-culturele organisaties op een veranderend leeftijdsprofiel?

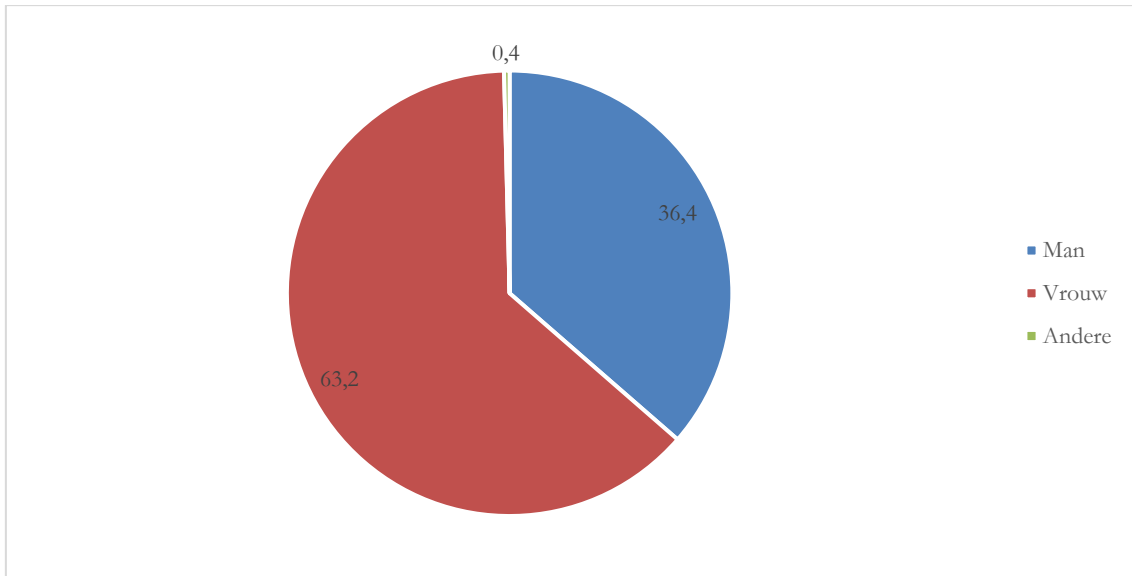
Verschuivingen in de gemiddelde leeftijd hebben veel organisaties in beweging gezet, zo rapporteren ook de deelnemers die we interviewden. Velen onder hen die nog werken volgens een klassieke, getrapte verenigingsstructuur, denken vandaag actief na over hoe ze groepen kunnen verjongen of – naargelang de leeftijd – kunnen ontdebellen, soms zelf door voor de jongere leden radicaal een andere organisatie met en andere merknaam uit te denken. Op die manier kunnen ze ervoor zorgen dat jonge deelnemers zich blijvend kunnen herkennen in de leeftijdsgroep die de organisatie aanspreekt en wordt het eerder besproken kantelpunt minder snel bereikt. Organisaties denken ook na over hoe ze aantrekkelijk kunnen zijn en blijven voor jonge volwassenen en medioren, bijvoorbeeld

door nieuwe thema's naar voor te schuiven of thema's anders te benaderen. De meeste energie gaat echter naar nieuwe vormen van organisatieontwikkeling, bijvoorbeeld het gaan werken met thematische groepen (in plaats van lokale groepen), het organiseren van bovenlokale afdelingen of netwerken, het laten wegvallen van de klassieke functies binnen een afdeling of groep, het meer uitdrukkelijk vraaggestuurd werken, het expliciet focussen op grote bovenlokale evenementen (bv. festivals) en het meer in samenwerking met andere organisaties (ook niet-culturele organisaties) werken. Die laatste strategie is volgens nogal wat respondenten een moeilijke maar vaak zeer effectieve strategie voor publieksverbreding, ook op het vlak van leeftijd. Tot slot zijn er ook heel wat experimenten met nieuwe vormen van lidmaatschap (gesplit lidgeld, eerste deelname gratis, enz.) en nieuwe vormen van communicatie en overleg (online vergaderen, webinars, enz.). Ook de bevraagde sleutelfiguren bevestigen dat.

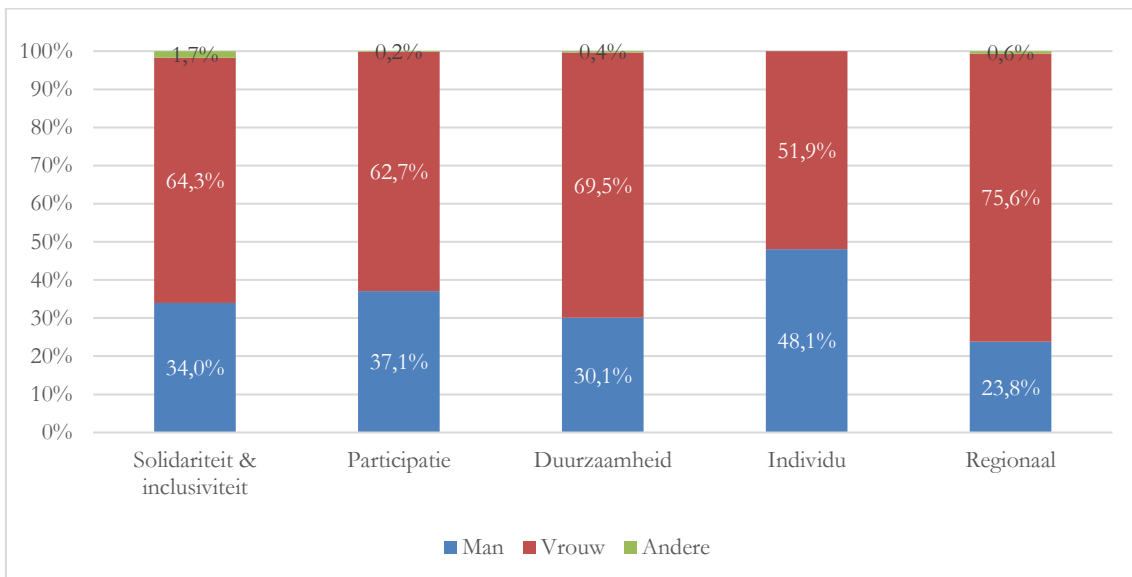
5.2 Gender

Ongeveer twee derden van de deelnemers (63,2%) aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk zijn vrouwen. De overige participanten zijn mannen (36,4%) of mensen die zich niet identificeren met een van de twee gendercategorieën (0,4%). Deze algemene genderverdeling in het deelnemersbestand is het voorbije anderhalf decennium vrij identiek gebleven, al ligt het percentage vrouwelijke deelnemers in 2023 wel wat hoger dan in 2010 (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010). Net als in 2010 is het ook zo dat in de regionale organisaties het aandeel vrouwelijke deelnemers nog iets hoger ligt dan bij de andere organisaties, ongeveer driekwart van het participatiebestand (73,2% in 2010 versus 76% in 2023). Bij de andere organisatietypes was het overgewicht van vrouwen wel wat beperkter dan in de huidige meting (53 à 56% naargelang de werkvorm).

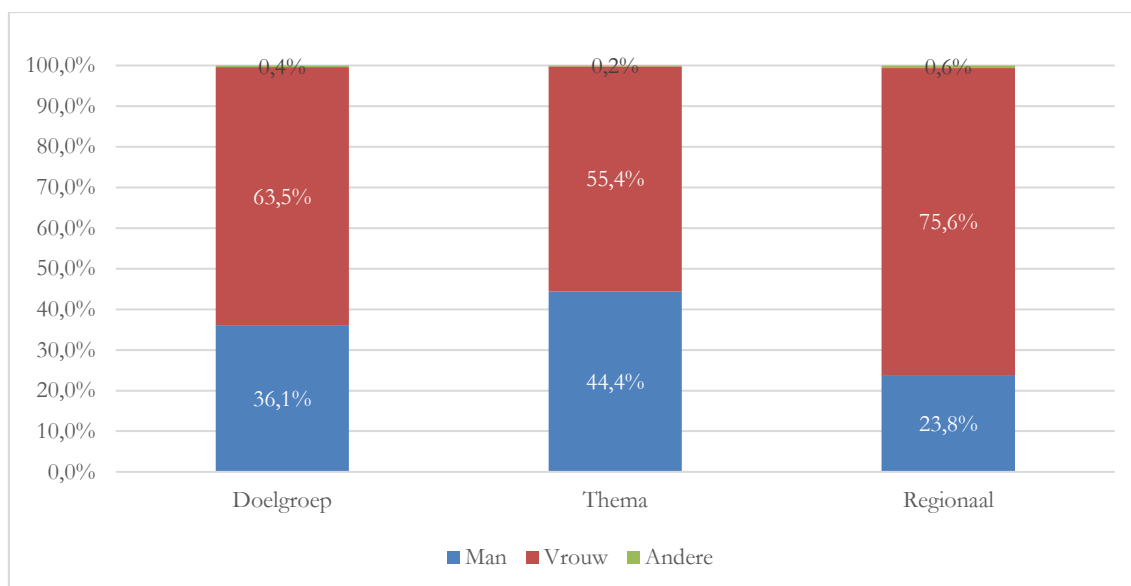
Figuur 20. Genderverdeling deelnemers (n=3902)



Figuur 21. Genderverdeling deelnemers naar cluster (n=3879)



Figuur 22. Genderverdeling deelnemers naar gerichtheid (n=3878)



De proportioneel sterkere participatie van vrouwen dan van mannen is geen verrassing. In veel onderzoek over cultuurparticipatie en deelname aan formeel levenslang leren scoren vrouwen hoger dan mannen. Meerdere verklaringen zijn daarvoor mogelijk. Een eerste verklaring heeft te maken met het aanbod. Zo weten we dat er merklijk meer vrouwen dan mannen zijn tewerkgesteld in het sociaal-cultureel volwassenenwerk. Die arbeidsverdeling kan als effect hebben dat organisaties makkelijker kiezen voor thema's en werkvormen die vrouwen sterk aanspreken of beter liggen. Een andere mogelijke verklaring heeft te maken met socialisatie. Zo is het nog steeds plausibel dat vrouwen vanuit hun opvoeding meer worden gericht op thema's die bij veel sociaal-culturele organisaties centraal staan (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010). Ten derde moeten we ook de structuur van de sector als geheel mee in rekening brengen. Zo zijn er merklijk meer organisaties die zich specifiek op de doelgroep van vrouwen richten dan dat er organisaties zijn die zich voornamelijk op mannen richten.

5.3 Opleiding

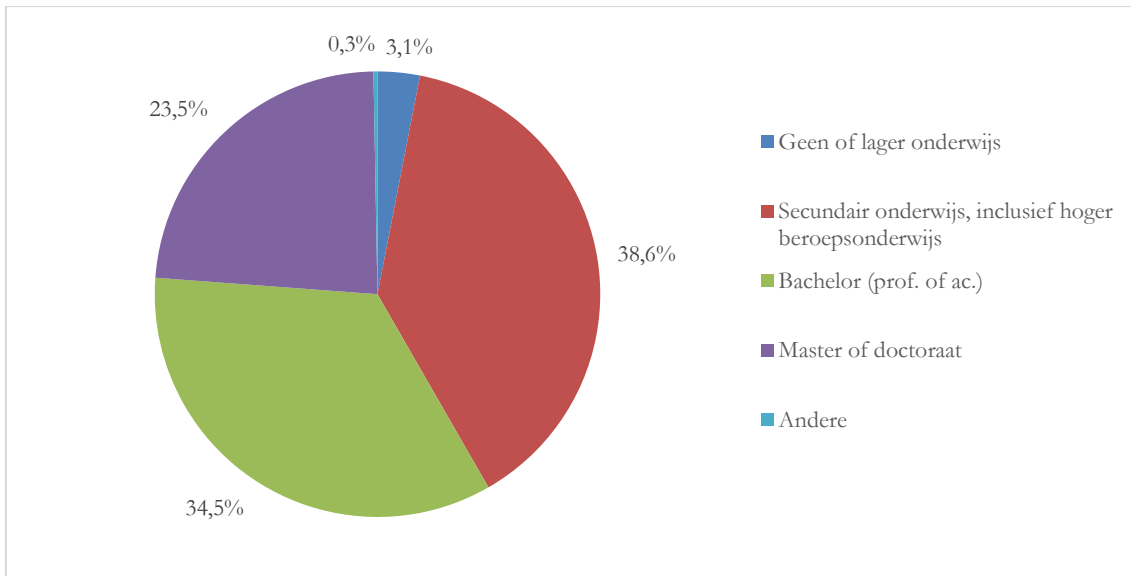
De democratisering van het onderwijs die in de jaren zestig en zeventig vorige eeuw werd ingezet blijft nog steeds de bevolking hertekenen, deels omdat ook nog de voorbije decennia meer en meer jongeren een hogere opleiding aanvatten en met succes voltooiden, maar vooral ook omwille van het opschuiven van de generaties en het verdwijnen van een oudere lager opgeleide generatie. Zo beschikte anno 2010 35% van de bevolking van 25 tot 64 jaar (Vlaamse Gewest) over een diploma hoger onderwijs en bedraagt dit in 2022 47%³. Toch blijft een van de meest hardnekkige ongelijkheden, ook in de deelname aan het vrijetijdsleven, inclusief het sociaal-cultureel volwassenenwerk, deze tussen hoog- en laaggeschoolden. Ook de opeenvolgende Participatiesurveys die in Vlaanderen werden afgenomen tonen steevast dat laaggeschoolden veel moeilijker de weg vinden naar het sociaal-culturele verenigingsleven. In analyses over de tijd blijkt deze kloof tussen laag- en hooggeschoolden zelfs toe te nemen (Kenniscentrum Cultuur- en Mediaparticipatie, 2022).

Hier hebben we uiteraard enkel zicht op de deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenenwerk, maar de cijfers wijzen alleszins op een oververtegenwoordiging van personen met een diploma hoger

³ Statistiek Vlaanderen, Bevolking naar onderwijsniveau (<https://www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/onderwijs-en-vorming/bevolking-naar-onderwijsniveau-scholingsgraad->), laatste update 9 mei 2023.

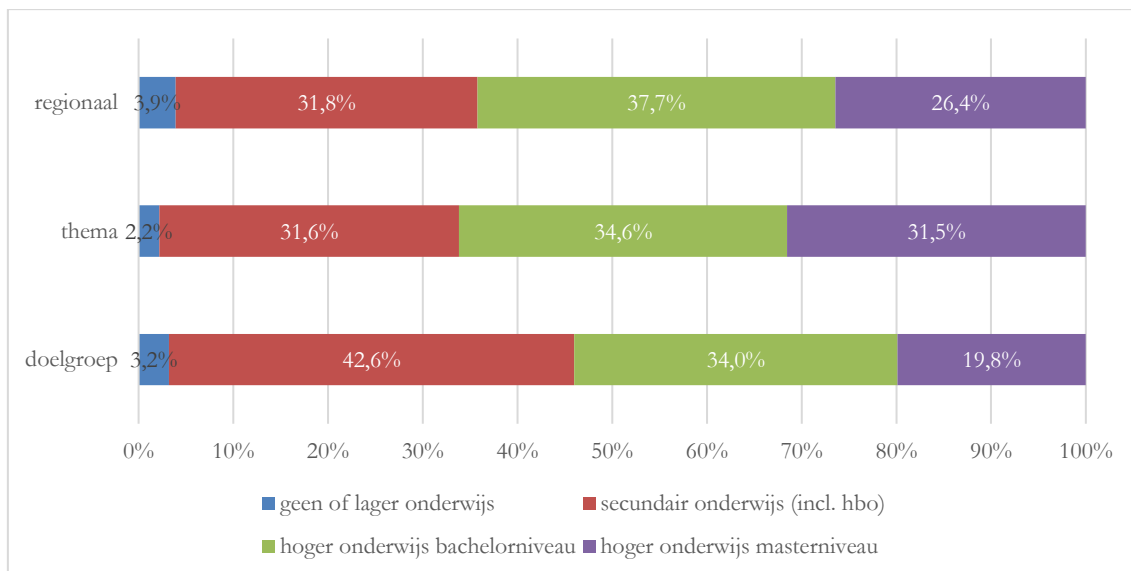
onderwijs. Ruim de helft (58%) van de participanten beschikt over een diploma hoger onderwijs. Zeker gezien de relatief hoge gemiddelde leeftijd van de deelnemers betekent dit dat deelnemers aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk relatief hoog opgeleid zijn. Als we deze cijfers leggen naast de participatiecijfers van 2010 dan kunnen we ook stellen dat sociaal-culturele organisaties vandaag minder dan toen mensen zonder diploma of hoogstens een diploma lager onderwijs aantrekken. Het aantal deelnemers mét een masterdiploma is dan weer toegenomen. Gegeven de hierboven geschetste democratisering van het onderwijs is dit geen verrassende trend.

Figuur 23. Hoogst behaalde diploma deelnemers (n=3820)

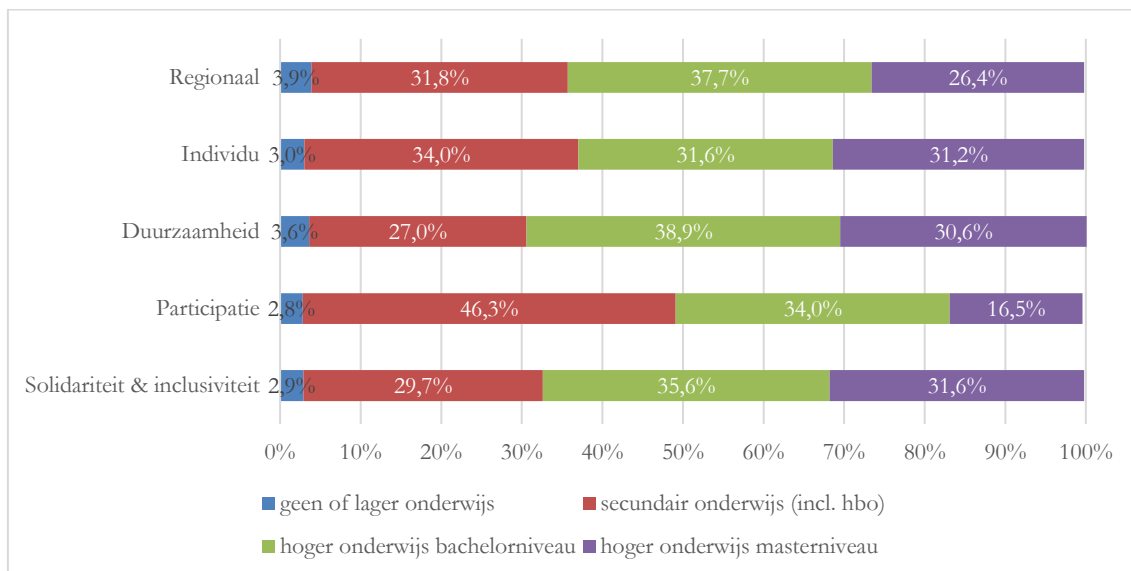


Onderstaande grafieken geven ook aan dat wat opleidingsgraad van de deelnemers betreft er verschillen zijn naargelang het type organisatie. De doelgroeporganisaties en organisaties binnen de cluster 'participatie' trekken – gemiddeld gezien – meer laaggeschoolden aan. Dat kan deels worden verklaard door de eerdere vaststelling dat de gemiddelde deelnemersleeftijd daar ook hoger ligt.

Figuur 24. Hoogste diploma deelnemers naargelang gerichtheid (exclusief categorie 'andere'⁴, n=3795)



Figuur 25. Hoogste diploma deelnemers naargelang cluster (exclusief categorie 'andere', n=3795)

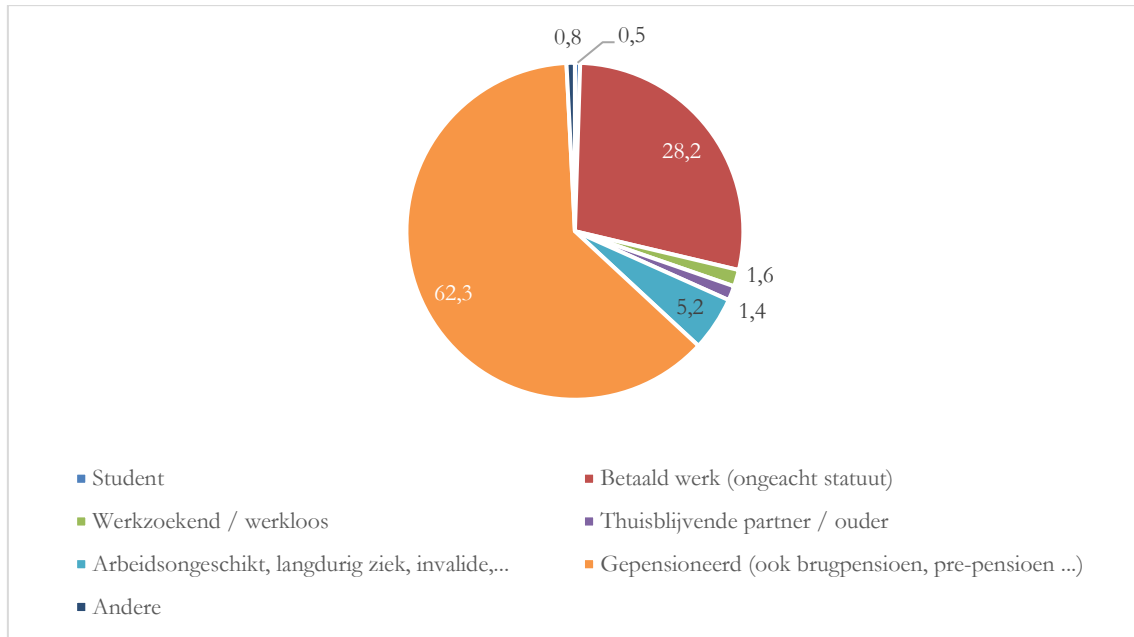


5.4 Maatschappelijke positie

Op basis van de hierboven geschetste leeftijdsverdeling is het niet vreemd dat het overgrote deel van de respondenten van de enquête op pensioen is. Voor meer dan zes op de tien onder hen (62,3%) is dit het geval. Minder dan drie op de tien (28%) deelnemers oefent een betaald beroep uit. Daarnaast geeft 5% aan arbeidsongeschikt, langdurig ziek of invalide te zijn. Deze laatste groep wordt vooral bereikt door organisaties die zich specifiek richten op deze doelgroep. Opvallend is het klein aandeel studenten dat wordt bereikt. Slechts 1 op de 200 deelnemers (0,5%) die we bevroegen is student.

⁴ Het betreft hier een zeer kleine groep. De meeste respondenten die 'andere' aanduiden konden we toch toewijzen aan een van de voorgelegde opleidingen, uitgezonderd een aantal zeer specifieke opleidingen (bv. priesteropleiding) of personen die deze antwoordcategorie selecteerden maar deze andere opleiding niet toelichtten.

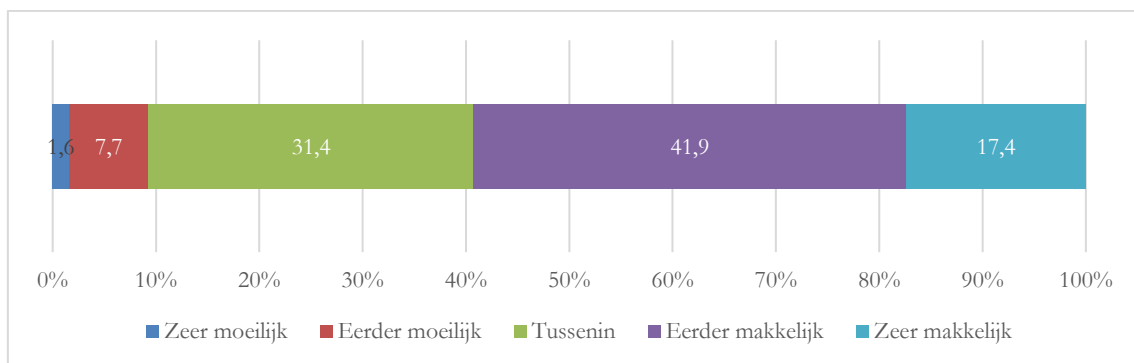
Figuur 26. Maatschappelijke positie deelnemers (% n=3876)



5.5 Subjectief inkomen

Bij de ondervraagde deelnemers gaf 9,3% aan moeilijk tot zeer moeilijk rond te komen met het beschikbaar inkomen. Dit is vergelijkbaar met de *EU-SILC-survey* naar inkomens en levensomstandigheden die als doel heeft om binnen de Europese Unie vergelijkbare statistieken over onder meer armoede en sociale uitsluiting op te stellen. Op basis van die representatieve survey leefde in 2022 10% van de bevolking in het Vlaamse Gewest in subjectieve armoede.

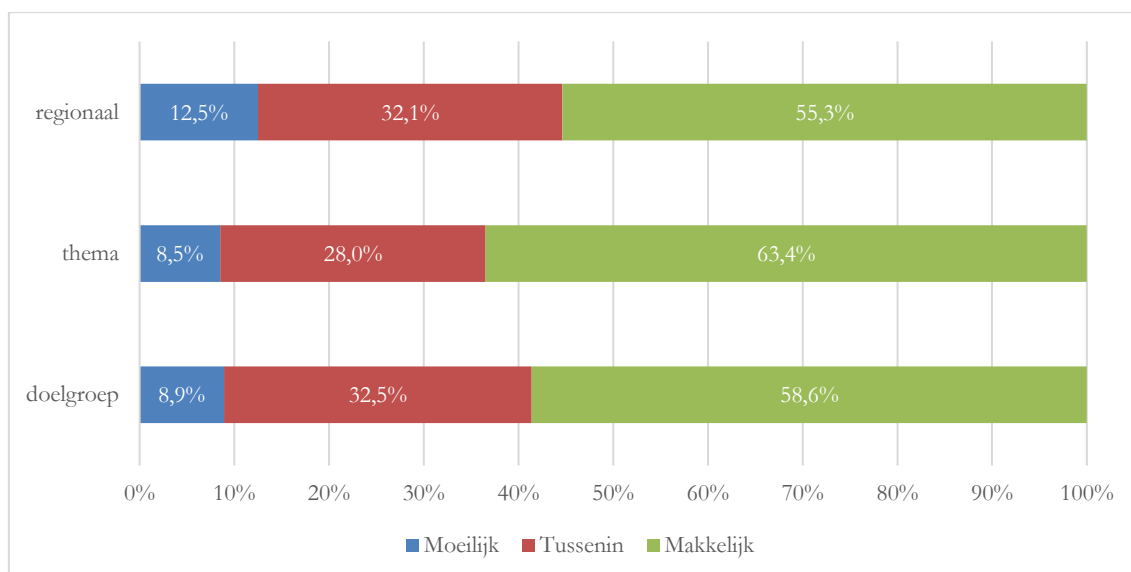
Figuur 27. Subjectief inkomen deelnemers (% n=3777)



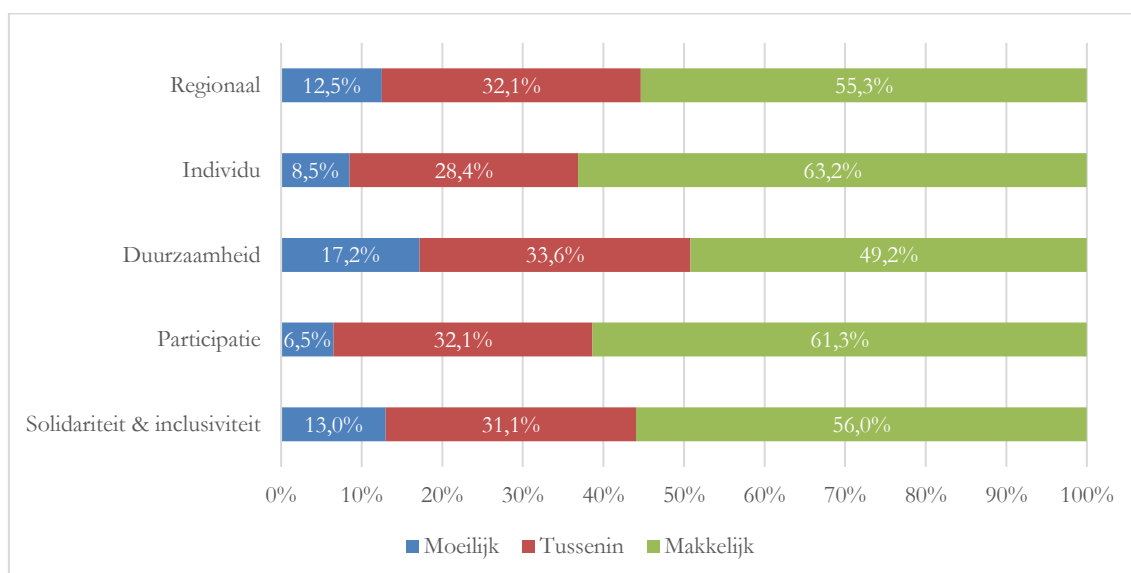
Naar gerichtheid van de organisatie waar men deelnemer is, stellen we vast dat deelnemers uit regionale organisaties significant vaker aangeven moeilijk rond te komen met het beschikbaar inkomen dan deelnemers uit thema- of doelgroepgerichte organisaties.

Naar cluster stellen we eveneens significante verschillen vast. Regionale organisaties, organisaties met een focus op duurzaamheid en organisaties met een focus op inclusief en solidair samenleven, tellen relatief meer deelnemers in subjectieve armoede dan organisaties die focussen op participatie of op het individu.

Figuur 28. Subjectief inkomen deelnemers naar gerichtheid (% , n=3759)



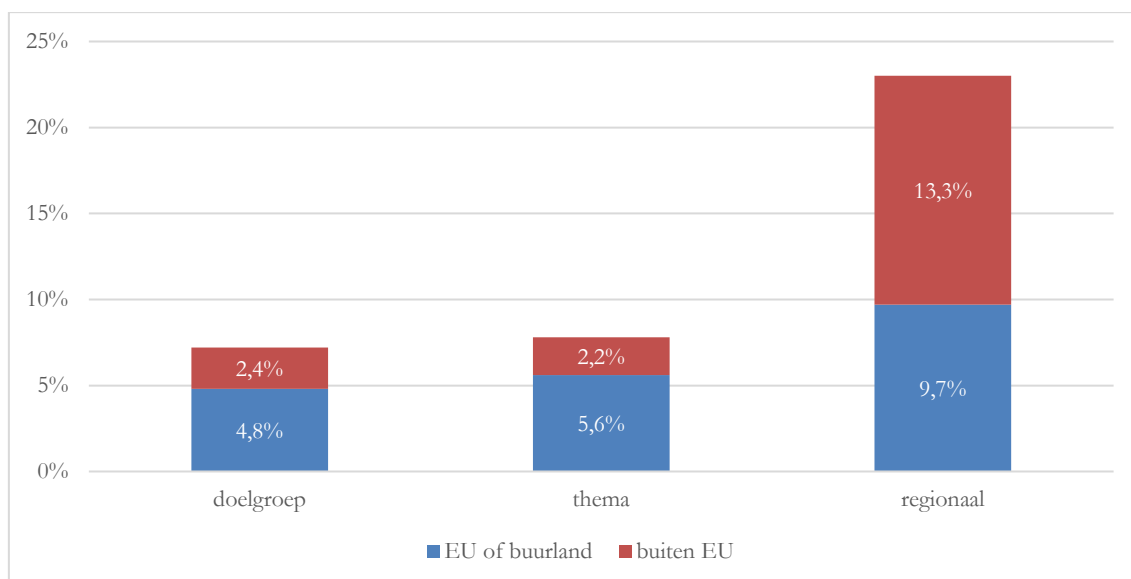
Figuur 29. Subjectief inkomen deelnemers naar cluster (% , n=3759)



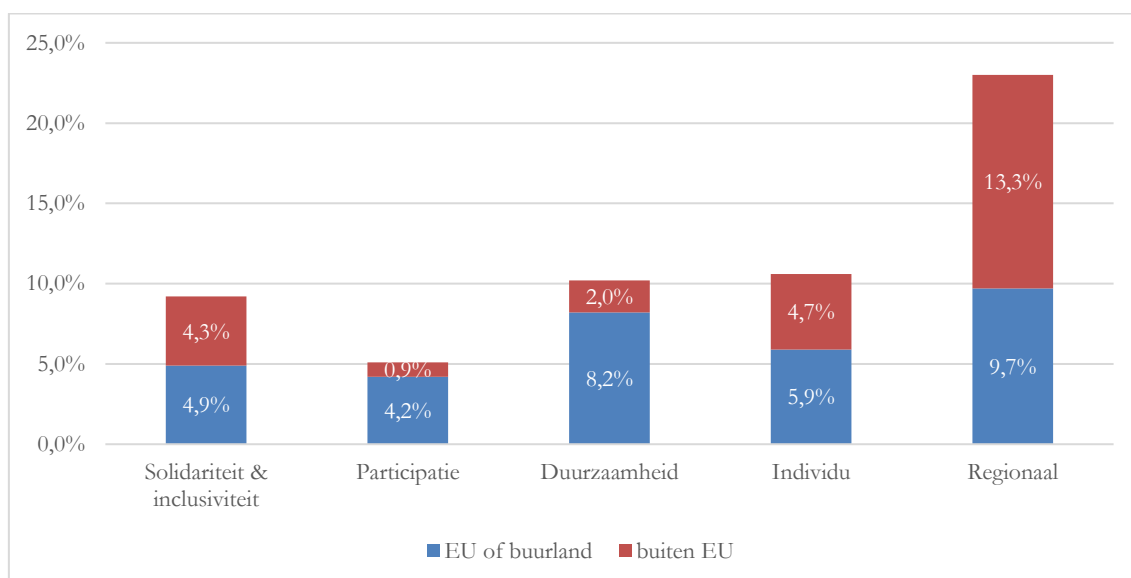
5.6 Migratieachtergrond

Deelnemers met een migratieachtergrond vormen nog steeds een kleine minderheid in het globale participatiebestand van het sociaal-cultureel werk voor volwassenen (9,6%). Zeker derdelanders zijn bij de organisaties met een werking in heel Vlaanderen een kleine groep (3,9%). Bij de regionale organisaties ligt het aandeel deelnemers met een migratieachtergrond wel opvallend hoger dan in 2010. Toen lag bij de groep van regionale organisaties het aandeel deelnemers geboren buiten België helemaal in lijn met de andere, landelijke organisaties (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010). Het verschil dat we vandaag merken, heeft vooral te maken met de steekproef van regionale organisaties. In de huidige selectie van regionale organisaties doen er zich dan ook grote verschillen voor tussen de regio's. Het percentage deelnemers met een buitenlandse herkomst varieert van 5,3% tot 46% en het percentage deelnemers met een herkomst van buiten de EU van 1,8% tot 34,4%.

Figuur 30. Deelnemers met een migratieachtergrond naargelang gerichtheid (% , n=3836)



Figuur 31. Deelnemers met een migratieachtergrond naargelang cluster (% , n=3836)



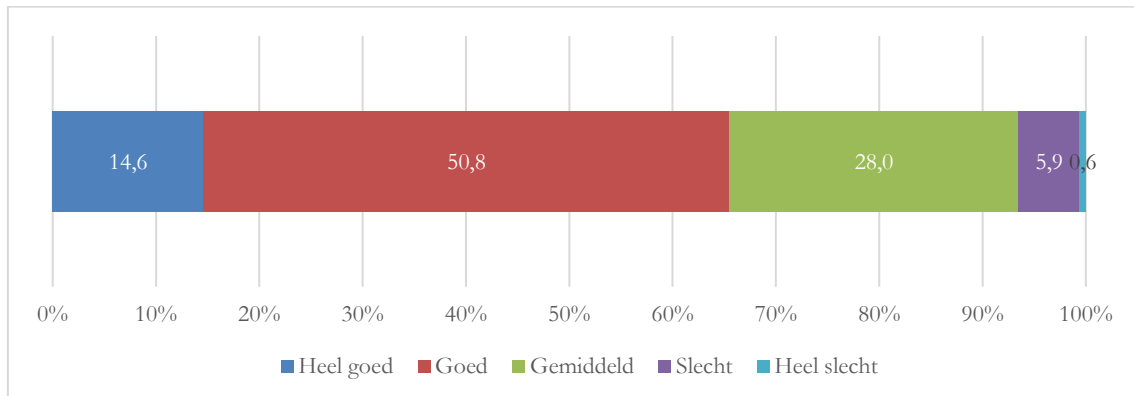
5.7 Gezondheid

We ronden deze profielschets af met de gezondheid van de deelnemers. We vroegen daartoe aan de deelnemers hoe zij hun eigen gezondheid ervaren. Dit is een vraag die nog niet eerder aan de deelnemersgroep werd gesteld. Het resultaat is toch wel opvallend: meer dan 1 op de 20 deelnemers spreekt van een ‘slechte’ of ‘heel slechte’ gezondheid. Nog opvallender is dat meer dan een derde van de deelnemers melding maakt van een chronisch fysiek of mentaal gezondheidsprobleem. Velen onder hen ervaren door dat chronisch probleem ook hinder in hun dagelijkse activiteiten. Het is bemoedigend dat zij ondanks die hinder toch deelnemen aan sociaal-culturele activiteiten. Het kan op een participatiegewoonte (of zelfs participatiedrang) van het individu wijzen, maar evenzeer op

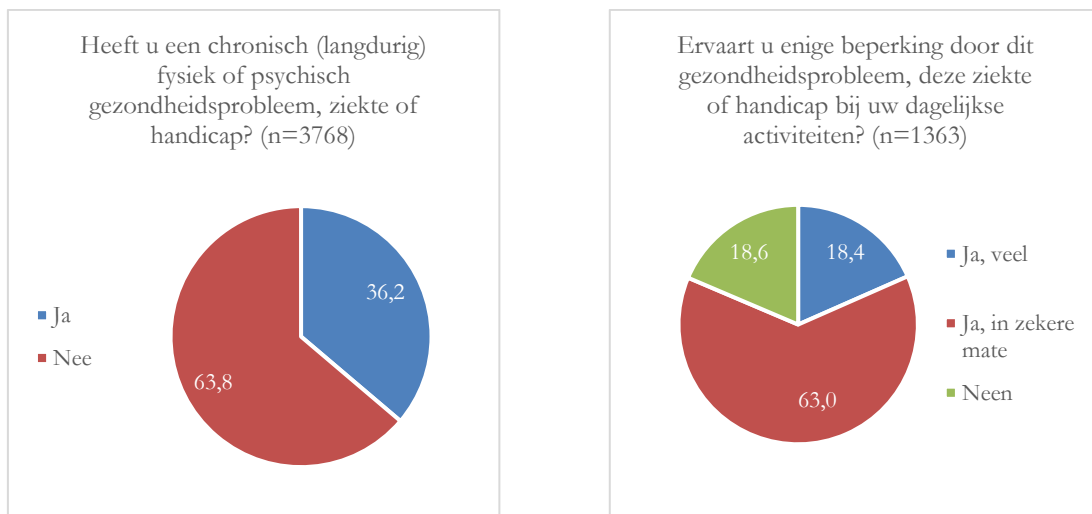
hoe sociaal-culturele organisaties (allemaal of een deel onder hen) inspanningen doen om sociaal-cultureel werk ook voor die groep toegankelijk te maken en te houden.

Net als bij vaststellingen omtrent leeftijd moet u als lezer bij het interpreteren van de onderstaande grafieken ook in het achterhoofd houden dat sommige sociaal-culturele organisaties zich specifiek richten tot personen met een (chronische) gezondheidsproblemen of (positieve) gezondheid als thema centraal in hun werking hebben en dat zeker ook de hoger gerapporteerde leeftijdsverdeling een rol speelt.

Figuur 32. Algemene gezondheid: Hoe ervaart respondent zijn of haar gezondheid? (% , n=3786)



Figuur 33. Ervaringen van gezondheidsproblemen en de invloed ervan bij dagelijkse activiteiten (%)



6 | Patronen en effecten van deelname

6.1 Activiteiten

Aan de respondenten werd gevraagd welke activiteit die georganiseerd werd door de organisatie van dewelke men de uitnodiging voor de enquête ontving (of een organisatie of vereniging die verbonden is aan die organisatie) men zich het best herinnerde. Over deze specifieke activiteit werden vervolgens een aantal vragen gesteld.

Woordenwolk op basis van de omschrijving van de sociaal-culturele activiteit die men zich het best herinnerde



Na een eerste open vraag waarin de respondenten werd gevraagd de activiteit waaraan ze deelnamen in enkele woorden te omschrijven, werd gevraagd tot welke soort van activiteiten de respondenten de eigen activiteit rekenden. Zij kregen hiervoor een lijst van 13 soorten activiteiten voorgelegd. Ruim drie op de tien (31%) selecteerde een vormingsactiviteit om verder te bespreken. Daarnaast werden creatieve en/of culturele activiteiten, ontmoetingsactiviteiten, sport- of bewegingsactiviteiten en reis-

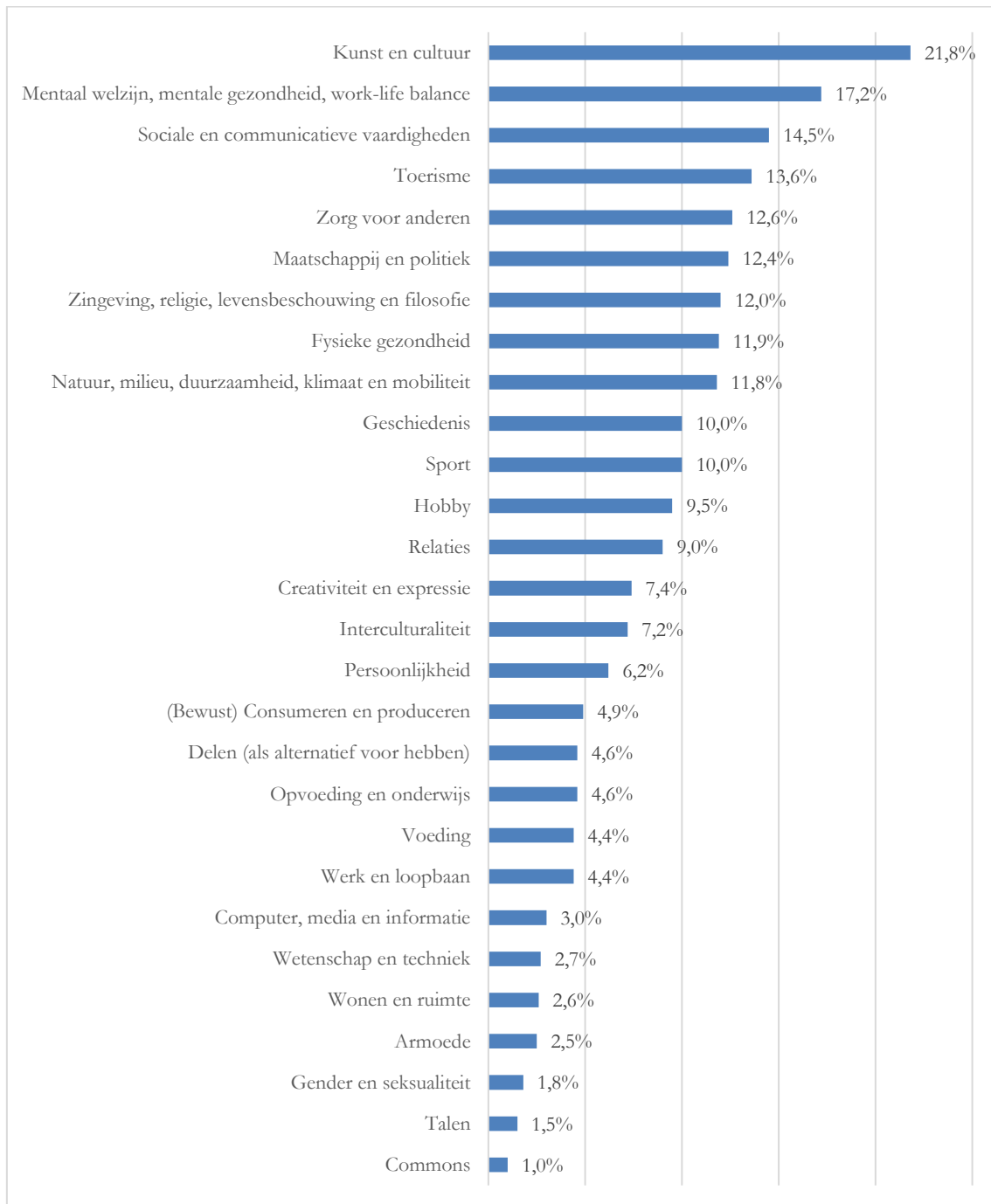
activiteiten door telkens ruim een op de tien respondenten geselecteerd. Meer dan acht op de tien (81%) geselecteerde activiteiten kon binnen deze vijf soorten van activiteiten worden geplaatst.

Tabel 6. Soort van sociaal-culturele activiteit waaraan deelgenomen door de respondenten

	N	%
1. Vormingsactiviteit (bv. informatieavond, lezing, training, cursus, workshop, praatgroep, kadervorming, ...)	1093	31,4
2. Creatieve en/of culturele activiteit (bv. museumbezoek, bezoek aan monument, kerk of moskee, kunstbeoefening, bijwonen een voorstelling, maken van een publicatie, ...)	471	13,5
3. Ontmoetingsactiviteit (bv. feest, fuif, koffienamiddag, etentje, praatcafé, gespreksnamiddag, kaarten, bingoavond, ...)	448	12,9
4. Sport- of bewegingsactiviteit (bv. wandelen, fietsen, turnen, zwemmen, dansen, pétanque, ...)	441	12,7
5. Reisactiviteit (bv. daguitstappen, meerdaagse reizen, ... in binnen- of buitenland, ...)	371	10,7
6. Hobbyactiviteit (bv. naaiatelier, bloemschikken, biljarten, ...)	112	3,2
7. Educatieve, culturele, sportieve en recreatieve activiteit met focus op de buurt (bv. speelstraat, instrumenttheek, wijkfeest, ...)	107	3,1
8. Vergadering of bestuursactiviteit (bv. vergadering in functie van planning, organisatie, boekhouding, evaluatie, ...)	102	2,9
9. Sociale of dienstverlenende activiteit (bv. begeleiding personen met een handicap, zorg, hulp bij integratie, opvoedingsondersteuning, meehelpen op een festival, ...)	86	2,5
10. Sociaal-economische activiteit (bv. werven van fondsen, samenaankoop, lokale munten, deel- of ruilinitiatief, repair-café, ...)	73	2,1
11. Actie of politieke activiteit (bv. protestactie, onderhandeling, belangenverdediging, verspreiden van affiches, campagne, betoging, deelname aan een debat of forum, ...)	62	1,8
12. Tuin- of openbare ruimte activiteit (bv. het aanleggen, aanplanten of onderhouden van publieke ruimte, gemeenschapstuinen, ...)	22	0,6
13. Onderzoeksactiviteit (bv. burgerwetenschap)	17	0,5
14. Andere	76	2,2
Totaal	3481	100

In een volgende vraag werden de deelnemers gevraagd de activiteit te linken aan een of meerdere thema's. Het thema 'kunst en cultuur' werd daarbij door ruim een op de vijf deelnemers aangestipt. Uit de open vraag bleek reeds dat heel wat vermelde activiteiten een culturele uitstap naar een stad of museum inhielden. Daarnaast scoort vooral het thema 'mentaal welzijn...' opvallend veel hoger dan in 2010. Dit is allicht een teken des tijds. Ook de aandacht voor fysieke gezondheid en sport is opvallend. Uit de open antwoorden blijkt ook dat vaak wordt deelgenomen aan activiteiten die beweging veronderstellen.

Figuur 34. Thema('s) waaronder de geselecteerde activiteit ressorteert (meerdere antwoorden mogelijk, n=3436)



6.2 Deelnamepatronen

6.2.1 Van participatieladder naar raster van deelnamepatronen

Veel onderzoek maakt vrijwillige inzet en middenveldparticipatie inzichtelijk aan de hand van de metafoor van de ‘participatieladder’. Typisch voor een participatieladder is dat de mate van deelname gefaseerd wordt weergegeven in verschillende niveaus of ‘stappen’ van beneden naar boven: van geen participatie naar weinig/oppervlakkige participatie tot veel/intense participatie. Een bekende participatieladder is die van Arnstein (1969) die betrekking heeft op beleidsparticipatie of politieke burgerparticipatie. De ladder definieert acht niveaus, gaande van manipulatie (het laagste niveau) tot burgercontrole waarbij burgers zeggenschap hebben en verantwoordelijkheid dragen (de top van de ladder). Ook de participatieladder van Hart is bekend (Hart, 1992). Harts typologie kent eveneens acht stappen, gaande van ‘manipulatie’ tot ‘mee beslissen’. De ladder van Hart werd ontwikkeld om kinderparticipatie te definiëren en categoriseren. Een participatieladder specifiek voor het sociaal-cultureel volwassenenwerk in Vlaanderen is er niet. Dat neemt niet weg dat we, op basis van de interviews in dit onderzoek, ook voor volwassenen een fasering kunnen voorstellen van beperkte participatie naar meer intensieve participatie. Dit gebeurt in het discours binnen en over het sociaal-cultureel werk zelfs courant. Voor een dergelijke categorisering wordt in de sociaal-culturele sector vaak teruggegrepen naar de begrippen ‘deelnemen’ en ‘deelhebben’, twee begrippen die centraal stonden in het cultuurparticipatiebeleid in Vlaanderen na de millenniumwisseling (Anciaux, 2008). ‘Deelnemen’ staat daarbij voor het afnemen van een bepaald aanbod. De deelnemer heeft dan in de eerste plaats een zogenaamde contractrelatie zoals we die gewoonlijk ook herkennen bij klanten of gebruikers van andere diensten. De participant schakelt zich in in het bestaande aanbod. ‘Deelhebben’ staat voor het mee maken van een praktijk. De deelnemer staat daar meer in een partnershiprelatie met anderen. De participant is geen klant of gebruiker, maar eerder partner of metgezel en bepaalt zo mee de praktijk. ‘Deelnemen’ en ‘deelhebben’ als de twee (uiterste) posities op een theoretische participatieschaal werden ook ingeschreven in het decreet voor het sociaal-cultureel werk van 2017 (artikel 2), zonder dat ze daar werden gedefinieerd.

Ook al kunnen de concepten ‘deelnemen’ en ‘deelhebben’ theoretisch duidelijk onderscheiden worden, in hoofde van de participant (zijn of haar status of gedrag) bestaan veel mengvormen die weliswaar nergens – zoals bij Arnstein of Hart – werden ingedeeld. De interviews tonen duidelijk dat mensen zich voortdurend bewegen tussen de twee uiterste posities. Afhankelijk van het moment, de concrete praktijk en de context kan iemand bij eenzelfde organisatie eerder klant (deelnemer) of eerder partner (deelhebber) zijn.

We gaven al aan dat we op basis van de interviews niet kunnen zeggen dat participatie lineair verloopt. Bij sommigen groeit de participatiegraad gestaag (zie bijvoorbeeld het eerdere verhaal van Mirèse). Bij het merendeel van de geïnterviewde deelnemers fluctueert de participatiegraad echter duidelijk en hangt ze af van de context (bv. afhankelijk van de levensfase waarin men zit of de levensgebeurtenissen die men meemaakt). Spreken over het beklimmen van ‘een ladder’ waarbij participatie enkel toeneemt (hoger is steeds ook beter) is daarom een beeld dat verkeerde verwachtingen met zich meebrengt.

Paul is een man van 34 jaar. Hij is momenteel werkzoekend. Op het moment dat hij veganistisch werd – een kleine tien jaar geleden – besloot hij zich ook in te zetten voor initiatieven die een veganistische levensstijl promoten. Dit vertaalt zich in vrijwilligerswerk bij grote non-profit events die zich richten op veganisten. Het gaat vooral om praktisch werk, zoals het opstellen van kraampjes en podia. Het engagement van Paul is doorheen de jaren stabiel gebleven maar hangt toch vooral vast aan die grote evenementen. Er is dus geen spontane toename van zijn participatie of

vrijwilligerswerk. Op de vraag of hij een toename beoogt, antwoordt hij: 'Dat zou kunnen. Ik zie het misschien nog groeien, behalve als ik een job zou vinden. Dan zal het allicht eerder status quo zijn.'

Bij analyse van de interviews merken we eveneens dat spreken over één participatieladder zorgt voor een te eendimensionale weergave van de feiten. Ook Arnstein en Hart waren zich trouwens bewust de nogal nauwe focus die een dergelijke metafoor met zich meebrengt (Hart, 2008). Daarom presenteren we hieronder een deelnameraster, waarin vier dimensies voorkomen die uitdrukking geven aan de mate van participatie aan het sociaal-cultureel werk voor volwassenen.

Inzet	Inspraak	Tijd	Plaats
<i>Mate waarin men energie investeert in en toewijding vertoont voor de organisatie</i>	<i>Mate waarin men de beleidslijnen van de organisatie zelf mee bepaalt</i>	<i>Hoeveel tijd (aantal uren en frequentie) die men besteedt aan deelname</i>	<i>Organisatieniveau waarop men participeert</i>
Sterk betrokken deelname/inzet	Sterk medezeggenschap	Meermaals/langdurig	Bovenlokaal
<ul style="list-style-type: none"> • Medeorganisator (mee instaan voor het reilen en zeilen van de community/-organisatie) • Ambassadeurschap (de community mee vergroten/-organisatie) • Deelgenoot (deel zijn van de community/-organisatie) 	<ul style="list-style-type: none"> • Deel van het beleid (mede-eigenaarschap) • Inspraak in het beleid • Consultatie • Geïnformeerd over de organisatie 		
Afname van aanbod/verkenkende inzet	Geen zeggenschap	Eenmalig/kort	Lokaal

Naarmate de inzet, inspraak, tijdsinvestering en regio waarin men participeert groter wordt, neemt ook de identificering met de organisatie toe. Deelnemers zeggen dan bijvoorbeeld niet meer 'ik neem deel bij een vereniging' maar 'ik neem deel bij *mijn* vereniging.' Vanaf welk punt dit identificering begint, is voor ieder persoon verschillend.

Uit de analyse van de kwalitatieve data maken we verder ook op dat de vier dimensies van deelname die we hierboven presenteren meestal correleren. Dat wil zeggen dat iemand die een grotere mate van inzet vertoont en echt als ambassadeur of vrijwillig medeorganisator mee de organisatie in handen gaat nemen, dat die persoon ook vaak meer inspraak heeft in het aanbod en ook doorgaans meer tijd spendeert aan dat aanbod. Toch is er niet altijd een dergelijke directe samenhang en staan de dimensies soms ook los van elkaar. Wanneer iemand een engagement vertoont op een organisatieniveau dat bovenlokaal is, betekent dat niet automatisch dat deze persoon ook meer en voor een langere periode tijd investeert in de organisatie dan iemand op het lokale niveau of dat de inspraak in de organisatie groter wordt. Iemand die zich vaak en in belangrijke mate inzet voor een organisatie, heeft niet noodzakelijk een grote zeg in de keuzes die de organisatie maakt. Ook kan iemand een sterk medezeggenschap hebben ook al is die nog maar recent deelnemer.

De 32-jarige Frieda is een zeer actieve deelnemster en vrijwilliger bij een kleine doelgroepgerichte sociaal-culturele organisatie. Opvallend is dat zij na amper anderhalf jaar lid bij de organisatie al een eigen groep binnen de organisatie heeft opgestart. Haar initiële deelname was zelfs al ingegeven door dat plan om een specifieke eigen lotgenotengroep te

starten. De sociaal-culturele organisatie heeft dat initiatief aangemoedigd en Frieda ook geholpen met de praktische beslommeringen (locatie, verspreiden van informatie, budget voor flyers, enz.). Het traject van Frieda toont niet alleen aan hoe snel iemand op één (of meerdere) van de dimensies van het participatieraster kan 'stijgen', maar ook hoe een sociaal-culturele organisatie dergelijk individueel of bottom-up initiatief kan ondersteunen ten behoeve van de organisatie.

6.2.2 De verschillende gedaanten van de participant

Wanneer we de geïnterviewde personen inschalen op de vier dimensies van participatie hierboven, dan komt er geen vast patroon naar voren van concrete participantentypes gelinkt aan specifieke achtergrondkenmerken. Zoals Cockx en Bastiaensen (2010) kunnen we wel een onderscheid maken in de mate van betrokkenheid van de deelnemers, maar tegelijk stellen we vast dat die betrokkenheid te veel fluctueert om een vaste typologie van deelnemers te maken. Een aantal geïnterviewden spreken over hun participatie in termen van golven: in bepaalde perioden erg intens, dan weer rustiger. Ook blijkt veel participatie gelinkt aan specifieke levensfasen en daaraan verbonden ambities (van het individu, wat we eerder al 'levensgebeurtenissen' noemden) en specifieke projecten (van de organisatie). Dat maakt dat deelname erg gedifferentieerd is. Ook de professionals waarmee we spraken, maken gelijkaardige vaststellingen. Ze wijzen erop dat de traditionele manieren van deelnemen – vooral gekenmerkt door een langdurige, weinig reflexieve deelname met een stabiele inzet en inspraak - aangevuld worden met nieuwe patronen en tendensen. Ze spreken ook van erg fluïde rollen, waarbij iemand bijvoorbeeld de ene keer een verkennende deelnemer is, maar een andere keer als vrijwilliger een activiteit mee gaat organiseren. Spreken over 'deelnemers' en 'deelhebbers' als een tweepolige participatiecategorisering doet de realiteit dus onrecht aan, zo vinden ze. Als er al categorieën en bijhorende benamingen worden gebruikt, dan moet men er zich van bewust zijn dat die in realiteit erg veranderlijk zijn.

We zouden dit een pleidooi kunnen noemen om participatie niet meer enkel te bekijken vanuit het oogpunt van de organisaties (iemand participeert wel of niet, iemand participeert weinig of veel). Want als men dat doet, zou het besluit kunnen zijn dat veel deelnemers weinig standvastig zijn in het deelname en regelmatig 'afhaken', terwijl het vanuit het standpunt van de individuele participant om logisch en goed te verklaren gedrag gaat. Een blik op gebeurtenissen die elk leven beïnvloeden, maken bijna elk participatiepatroon begrijpbaar en maken duidelijk dat zowel deelnemen als *niet*-deelnemen voor het individu een logische keuze kan zijn. Die levensgebeurtenissen van individuele volwassenen blijven echter voor de organisatie en voor de overheid vaak verborgen, hoewel ze wel met de gevolgen ervan moeten omgaan.

Organisaties lijken dit ook te beseffen en gaan zich flexibeler opstellen naar de deelnemers. Zoals we al aanhaalden, vinden we hier uitdrukking van in flexibele vormen van lidmaatschap. Er wordt lang niet altijd meer verwacht dat iemand een lidmaatschap aangaat alvorens men kan participeren. Sommige organisaties werken zelfs niet meer met een betalend lidmaatschap terwijl anderen er vooral aan vasthouden omdat het voor de vereniging een belangrijke vorm van inkomsten is.

Door middel van een doordacht deelnemers- en vrijwilligersmanagement gaan organisaties zowel korte als duurzame engagementen een plaats geven en ondersteunen. Uit het rondetafelgesprek maken we op dat dit niet vanzelfsprekend is voor de organisaties. De achtergrond, mogelijkheden en verwachtingen van deelnemers en vrijwilligers zijn de voorbije jaren heterogener geworden, zo merken de professionals uit de sector op, en dat zorgt soms voor druk op de traditionele manier van werken. Ook de vergoeding van de vrijwilligers zorgt hier en daar voor spanning: vrijwilligers die een vergoeding krijgen, vergelijken die vergoeding met die bij andere organisaties, of ze wegen hun vrijwilligerswerk af aan wat ze als flexi-jobber zouden kunnen krijgen, of ze staan kritisch ten opzichte

van opdrachten die door beroepskrachten worden uitgevoerd. Het zijn uitdagingen waar sociaal-culturele organisaties – geconfronteerd met dat meer zelfbewust en meanderend deelnamepatroon en meer flexibel vrijwilligerschap - meer dan ooit mee bezig moeten zijn. Of ze dat nu willen of niet.

6.3 Effecten van deelname

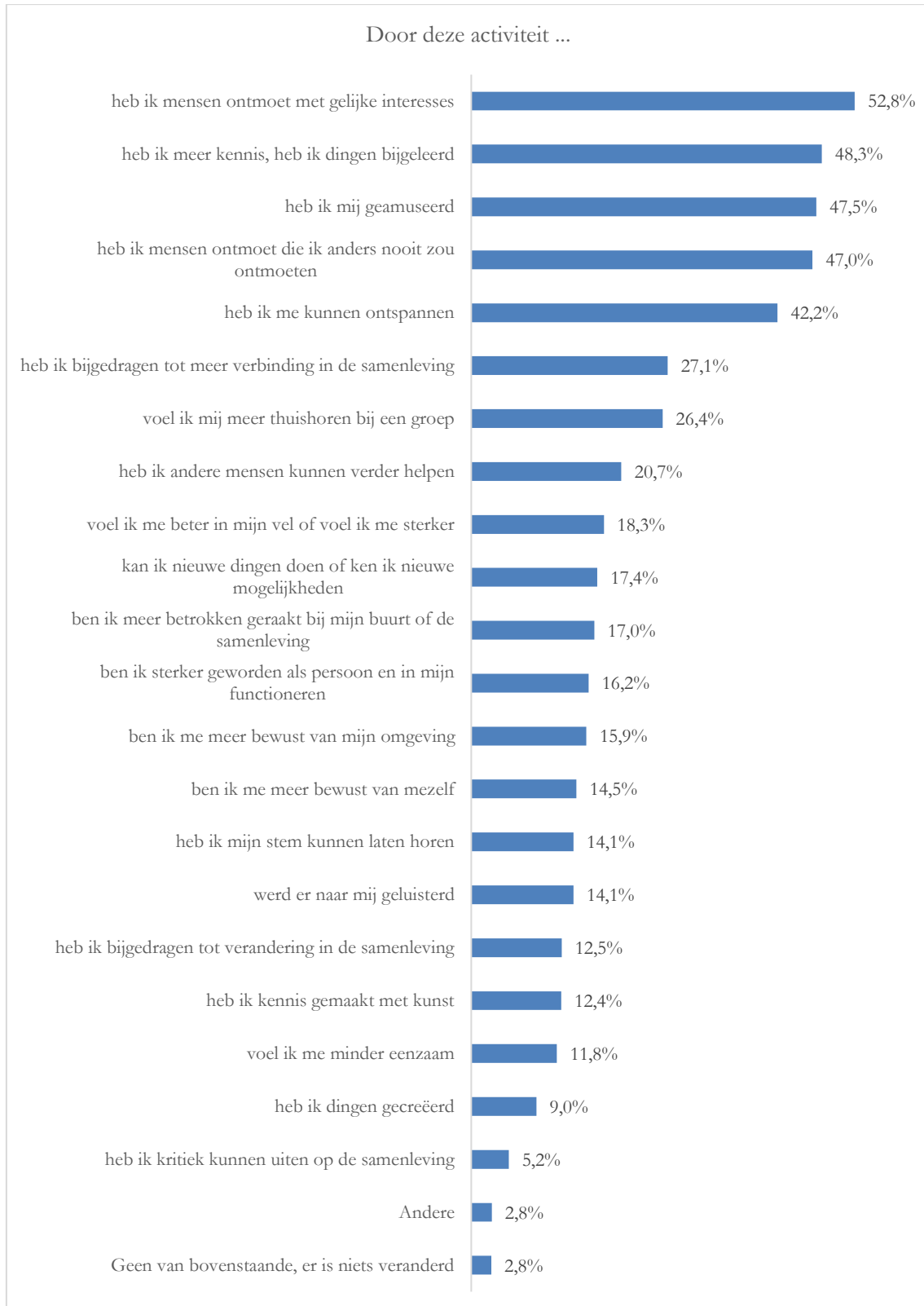
In het voorgaande zoomden we al in op de participatievonnk, de motieven die deelname aan sociaal-culturele praktijken schragen en we stonden ook stil bij de fluctuerende participatiepatronen. In deze paragraaf focussen we op de effecten van deelname.

Laat ons opnieuw eerst even kijken naar enkele resultaten uit de enquêtering van de deelnemers bij erkende sociaal-culturele organisaties.

6.3.1 Algemeen

In de enquête vroegen we aan alle deelnemers wat er voor hen veranderd was door deel te nemen aan de activiteit. Zij kregen een uitgebreide lijst met mogelijke effecten voorgelegd en konden in deze lijst meerdere effecten aanduiden. De meest genoemde vormen een waaier van zeer diverse aspecten welke opnieuw de verschillende functies van het sociaal-culturele volwassenenwerk belichten. Om en bij de helft van de deelnemers (53%) vernoemt het ontmoeten van mensen met gelijke interesse, maar evenzeer vernoemt een nagenoeg gelijk aandeel (47%) het ontmoeten van mensen die men anders nooit zou ontmoeten. Daarnaast wordt educatieve meerwaarde en amusementswaarde door ongeveer de helft van de deelnemers vermeld en ook het gunstige effect van ontspanning wordt door ruim vier op de tien deelnemers aangestipt. De volgende effecten volgen op geruime afstand en worden door een kwart of minder van de deelnemers vermeld. Zo ook de ervaring dat de activiteit heeft bijgedragen tot meer verbinding in de samenleving. In de volgende paragraaf kan u evenwel vaststellen dat deze verbindende rol van sociaal-culturele activiteiten sterker naar voor komt in bepaalde types van organisaties. Bovendien geldt dat, hoewel bepaalde effecten over het algemeen minder genoemd worden, ze wel prominent kunnen zijn bij organisaties die specifiek dit effect nastreven. Zo worden de aspecten die meer refereren naar kunstgerelateerde of creatieve effecten vaker naar voor geschoven bij creatieve activiteiten en organisaties die vooral dergelijke activiteiten organiseren. Niet onbelangrijk is tevens het gegeven dat bijzonder weinig respondenten aangeven geen enkel effect ondervonden te hebben van de activiteit waaraan ze deelnamen.

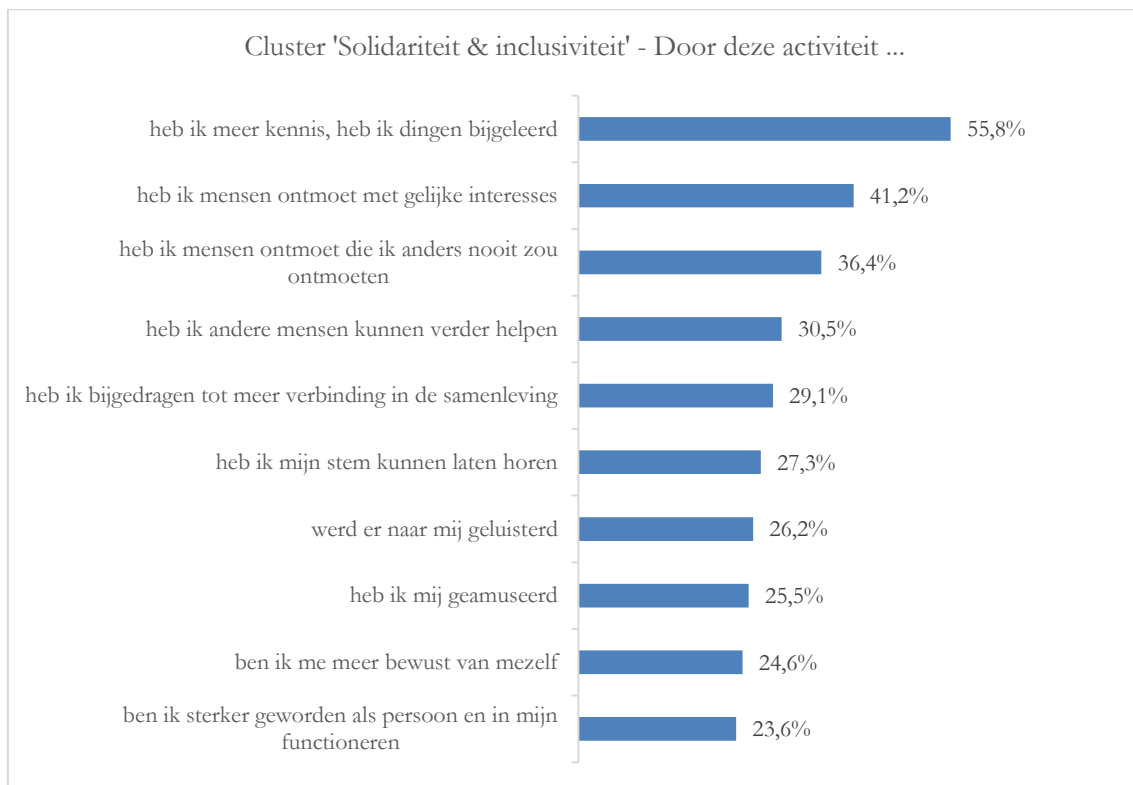
Figuur 35. Impact van deelname aan activiteit (%; n=3365; meerdere antwoorden mogelijk)



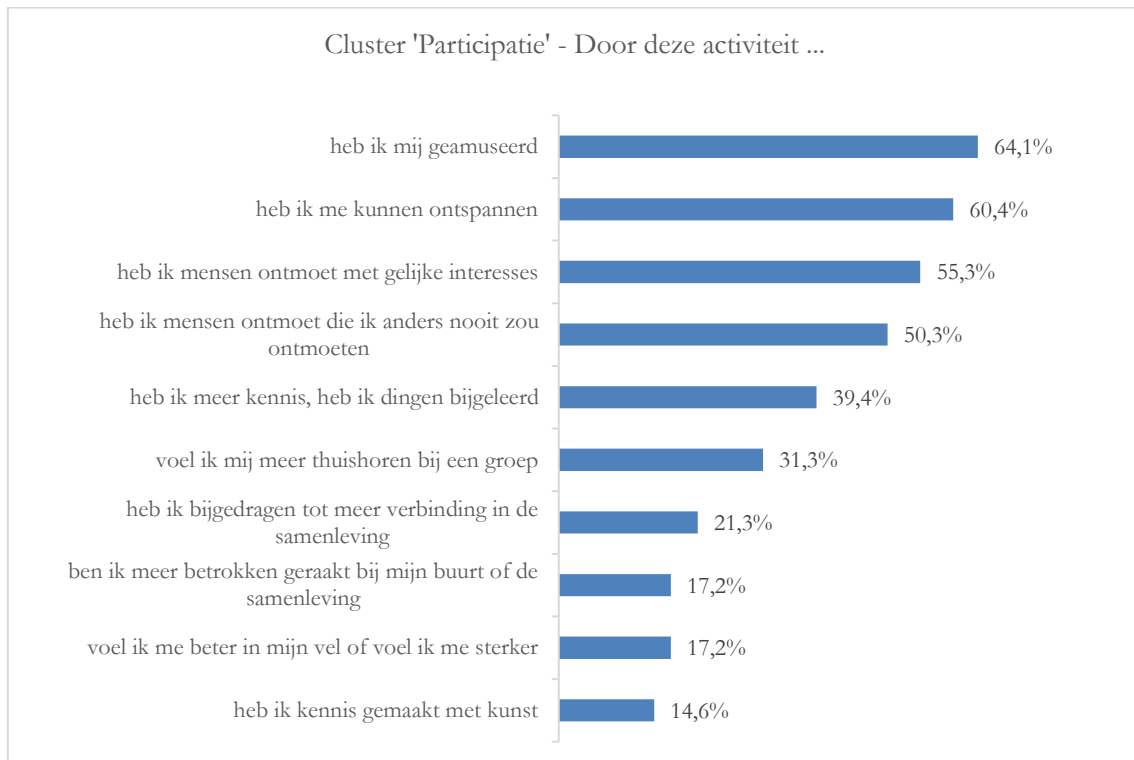
6.3.2 Naar cluster van organisaties

Zoals in vorige paragraaf al aangestipt verschillen de genoemde effecten naargelang soort van activiteit en organisatie. Dat blijkt ook uit onderstaande figuren. Deelnemers aan activiteiten van organisaties die focussen op participatie, geven veel meer dan deelnemers aan de andere types van organisaties aan dat hun deelname aan activiteiten ervoor gezorgd heeft dat zij zich geamuseerd hebben en zich kunnen ontspannen. Anderzijds zijn het bijleren van nieuwe dingen en het ontmoeten van mensen met gelijke interesses effecten die men binnen elk van de soorten organisaties vaak ervaart.

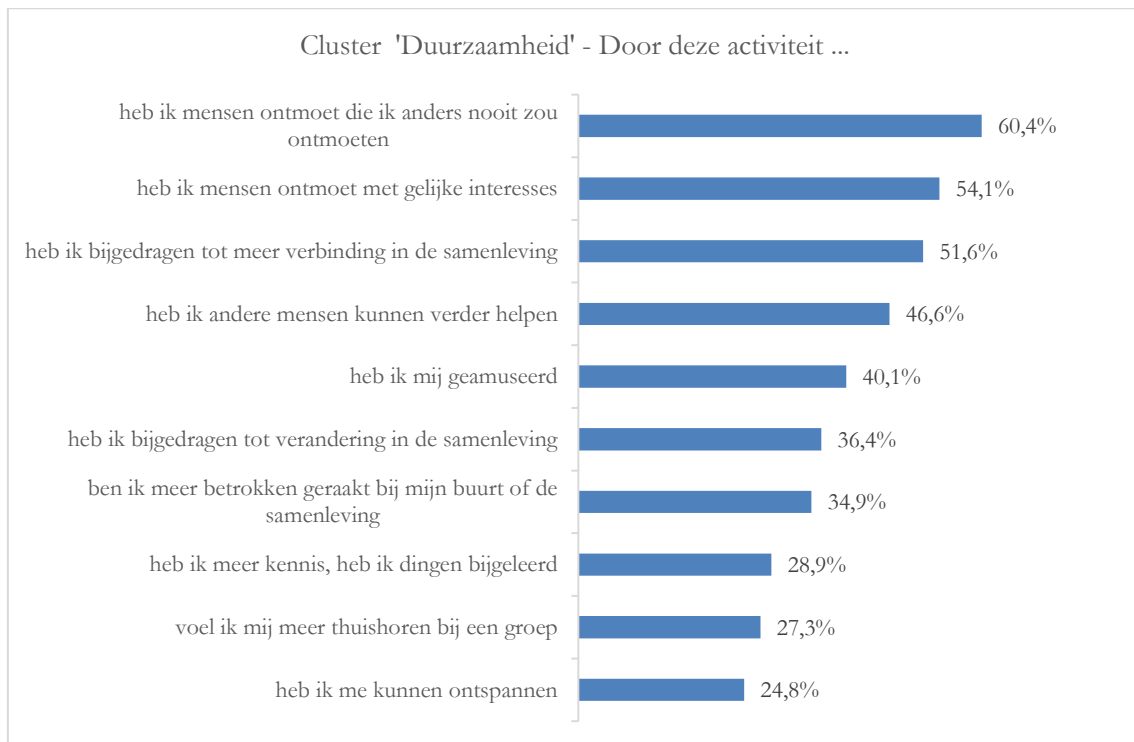
Figuur 36. Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van organisaties die focussen op solidariteit en inclusiviteit: tien meest genoemde effecten (%; n=434; meerdere antwoorden mogelijk)



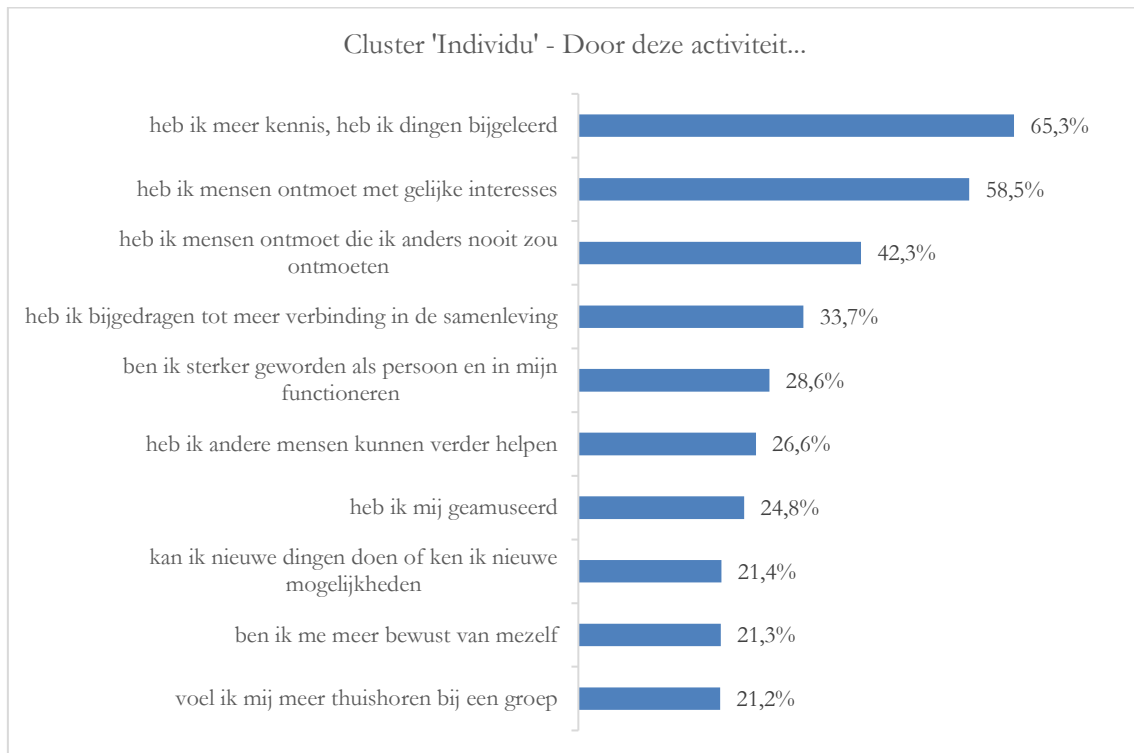
Figuur 37. Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van organisaties die focussen op participatie: tien meest genoemde effecten (%; n=1628; meerdere antwoorden mogelijk)



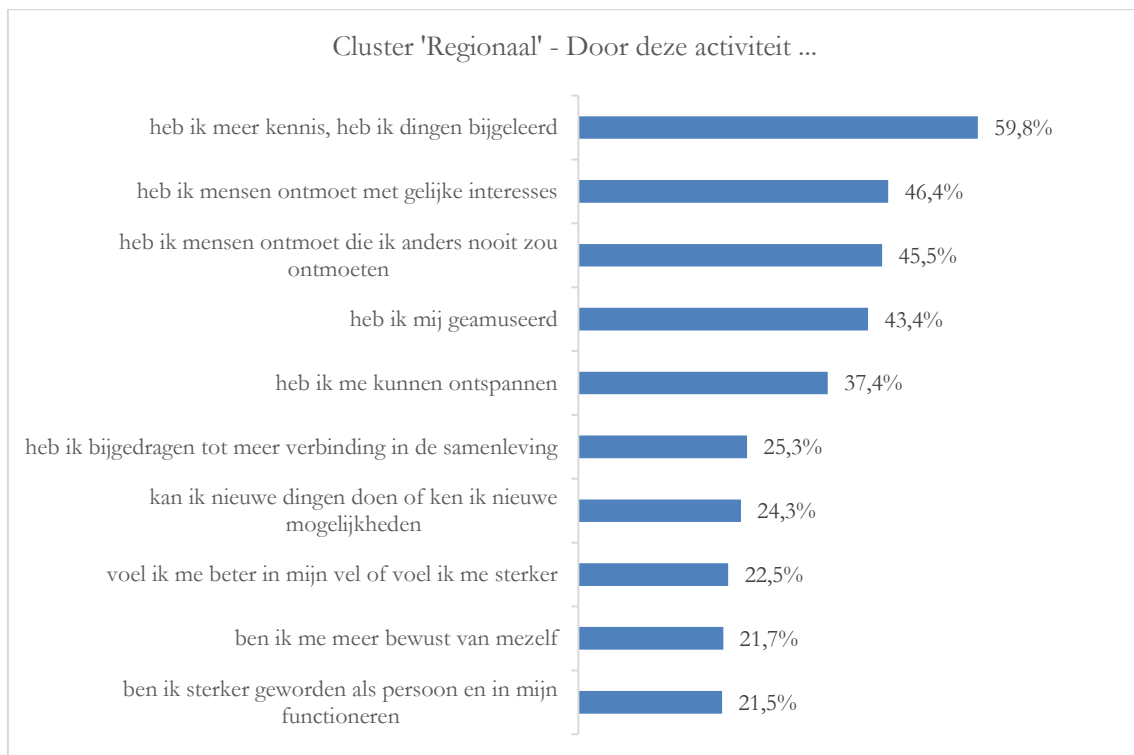
Figuur 38. Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van organisaties die focussen op duurzaamheid: tien meest genoemde effecten (%; n=222; meerdere antwoorden mogelijk)



Figuur 39. Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van organisaties die focussen op Individu: tien meest genoemde effecten (%; n=616; meerdere antwoorden mogelijk)



Figuur 40. Impact van deelname aan activiteit bij deelnemers van regionale organisaties: tien meest genoemde effecten (%; n=451; meerdere antwoorden mogelijk)

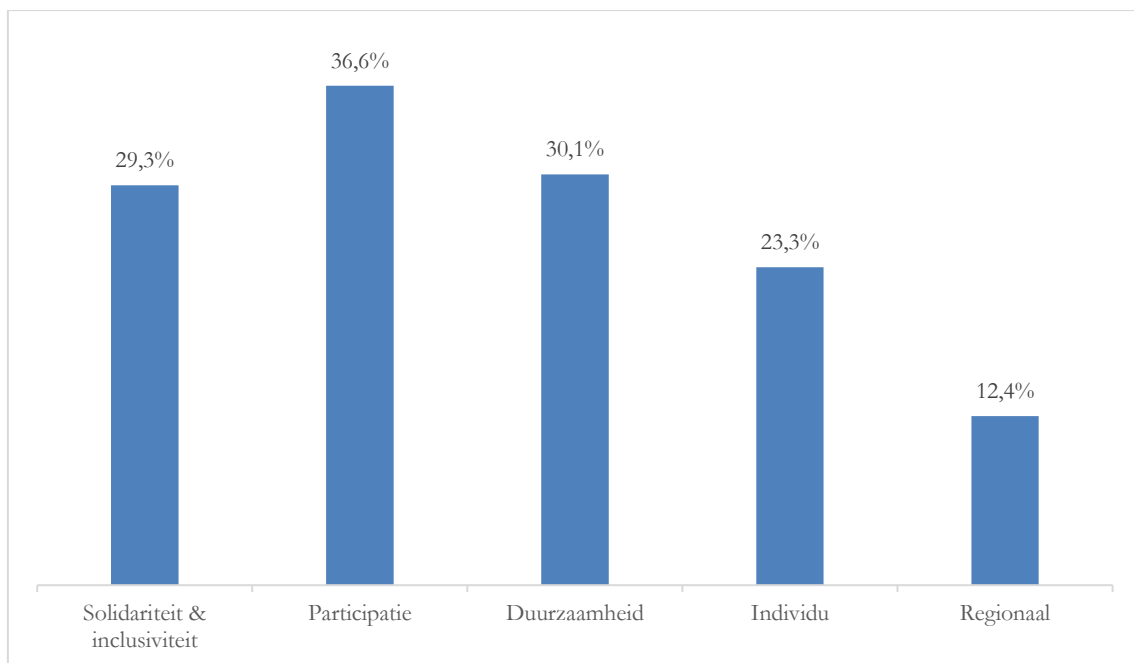


7 | Vrijwillig engagement

In dit deel gaan we dieper in op vrijwilligerswerk. Vrijwilligerswerk is een ‘verhoogde’ vorm van deelname, waarbij de persoon in kwestie niet enkel deelneemt aan een activiteit, maar die activiteit ook mee vorm geeft en daar mee verantwoordelijkheid voor draagt.

Aan de deelnemers aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk vroegen we of ze naast de deelname aan activiteiten en praktijken van de organisatie ook vrijwilligerswerk verrichten in of voor de organisatie. Bij veel deelnemers bleek dat het geval. De mate van overlap tussen de categorie ‘deelnemers’ en ‘vrijwilligers’ verschilt wel aanzienlijk naargelang het organisatietype (cluster).

Figuur 41. Percentage deelnemers dat aangeeft vrijwilliger te zijn en/of bestuurstaken op te nemen naargelang cluster (n=3861)



Personen die vrijwilligerswerk verrichten doen dit uit verschillende motieven. Het is te verwachten dat deze motieven verschillen naargelang het soort van vrijwilligerswerk men doet en kenmerken van de persoon die vrijwilligerswerk doet.

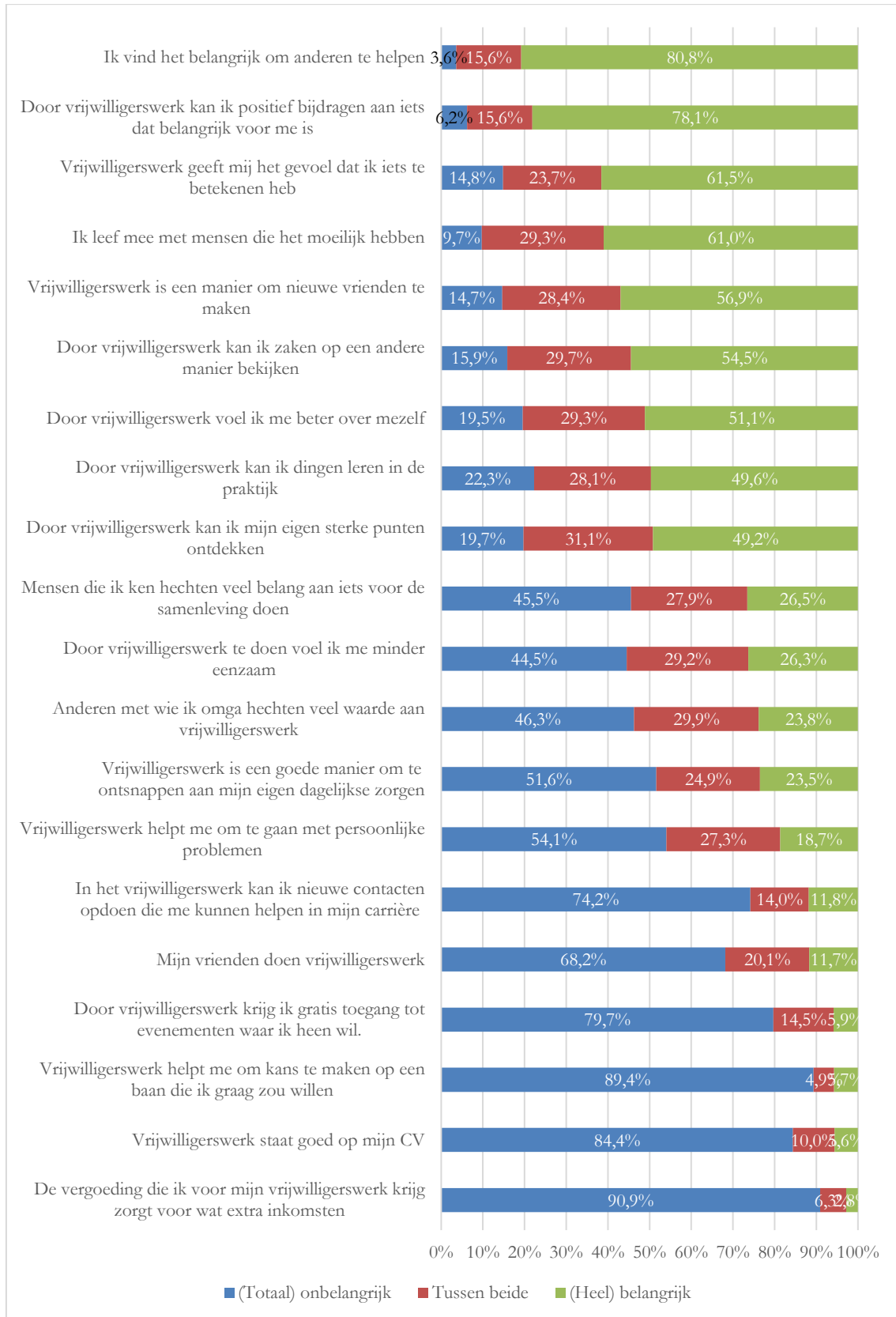
Om deze motieven in kaart te brengen, maakten we gebruik van de *Volunteer functions inventory* (VFI) (Clary et al., 1998), het meest gehanteerde meetinstrument om motivaties van vrijwilligers in kaart te brengen. De meest voorkomende motieven van vrijwilligers worden er adequaat mee gecategoriseerd (Chacón, Gutiérrez, Sauto, Vecina, & Pérez, 2017). De VFI spreekt over ‘functies’ om te refereren aan de opbrengsten van het vrijwilligerswerk voor een individu of een collectief. Omdat die opbrengsten de vrijwilligers kunnen enthousiasmeren, omvatten ze ook wat we vaak motieven noemen (Vermeersch, 2019). In de originele VFI-schaal op basis van dertig items gepolst naar zes motieven.

We behielden in onze survey de zes motieven maar reduceerden het aantal items tot 18 items of telkens drie items per motief. Daarnaast voegden we twee financiële motieven toe.

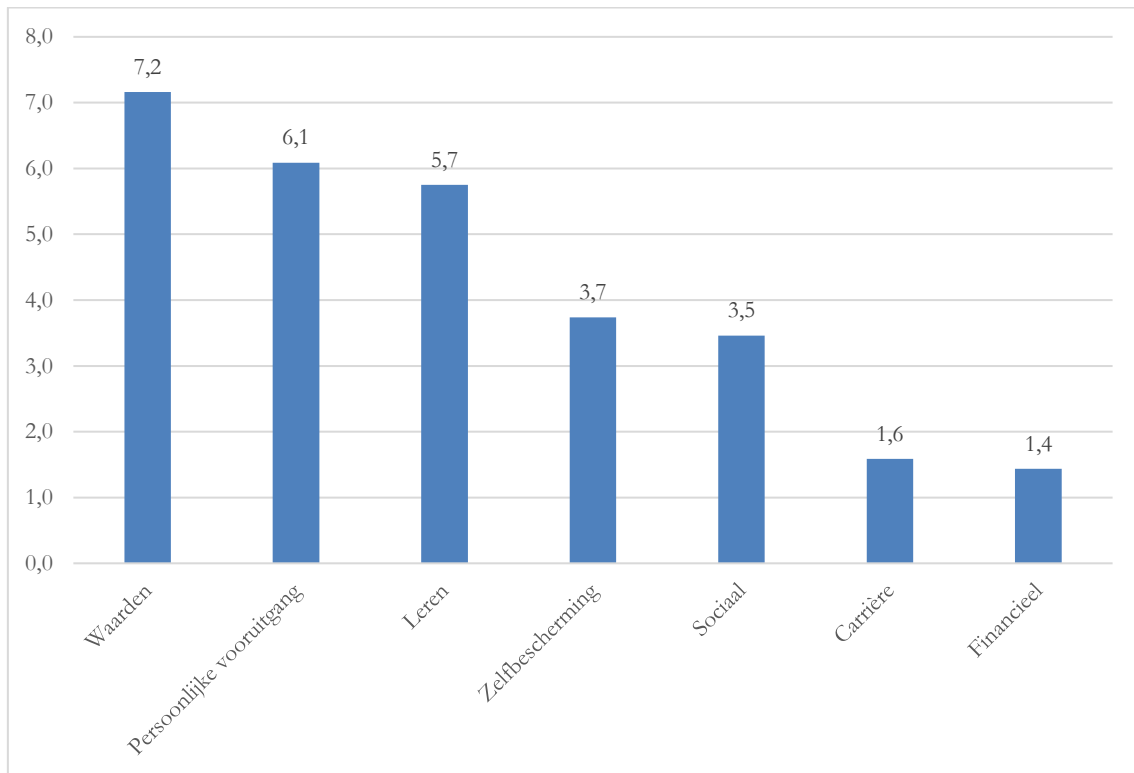
1. zelfbescherming (*protective*): het verrichten van vrijwilligerswerk om persoonlijke problemen tegen te gaan;
2. waarden (*values*): het verrichten van vrijwilligerswerk om altruïstische en humanitaire waarden uit te drukken;
3. carrière (*career*): het verrichten van vrijwilligerswerk om carrièreperspectieven te verbeteren;
4. sociaal (*social*): het verrichten van vrijwilligerswerk om sociale relaties te ontwikkelen en versterken;
5. leren (*understanding*): het verrichten van vrijwilligerswerk om kennis, vaardigheden en competenties te ontwikkelen;
6. persoonlijke vooruitgang (*enhancement*): het verrichten van vrijwilligerswerk om zich (verder) te ontwikkelen en verbeteren;
7. financiële motieven: het verrichten van vrijwilligerswerk omdat dit voor wat extra inkomsten zorgt en maakt dat men gratis toegang krijgt tot evenementen.

In figuur 42 geven we alle motieven weer, geordend naargelang de mate waarin de respondenten het motief belangrijk achten.

Figuur 42. Vrijwilligersmotieven: mate waarin men een motief belangrijk acht (n varieert van 821 tot 871)



Figuur 43. Gemiddelde scores op schalen Volunteer Functions Inventory (0-10) en schaal financiële motivatie (n varieert van 835 tot 879)



- Ook vrijwilligersmotieven verschillen naargelang het socio-demografisch profiel van de vrijwilligers:
- vrouwen verrichten vrijwilligerswerk vaker dan mannen vanuit altruïstische en humanitaire motieven, om zich verder te ontwikkelen en om nieuwe (cognitieve) competenties op te doen;
 - met stijgende leeftijd doet men vaker vrijwilligerswerk omwille van sociale redenen; de andere motieven nemen daarentegen allen af met toename van de leeftijd;
 - vrijwilligers met een niet-Europese herkomst verrichten vaker dan personen van uitsluitend Belgische origine vrijwilligerswerk vanuit altruïstische en humanitaire motieven, omwille van sociale redenen en om de eigen carrièreperspectieven te verbeteren;
 - personen zonder opleiding hoger onderwijs verrichten vaker vrijwilligerswerk om zich verder te ontplooiën, om persoonlijke problemen tegen te gaan en om sociale relaties te ontwikkelen en te versterken dan personen met een master diploma; deze laatste sociale motieven zijn bij de niet-hoger opgeleiden ook belangrijker dan bij de personen met een bacheloropleiding.
 - personen die moeilijker kunnen rondkomen verrichten meer dan personen die makkelijk rondkomen vrijwilligerswerk vanuit financiële redenen en meer dan personen die gemiddeld of makkelijk rondkomen om persoonlijke problemen tegen te gaan.

Deze socio-demografische verschillen liggen in lijn met de resultaten van de participatiesurvey waar ook vrijwilligers bij organisaties en evenementen buiten het sociaal-cultureel volwassenenwerk (bv. sportverenigingen, jeugdverenigingen, scholen, culturele events, ...) deze vraag kregen voorgelegd (Siongers & Spruyt, 2024).

Tabel 7. Vrijwilligersmotieven naargelang socio-demografische kenmerken (multivariate regressieanalyses)

	Waarden (n=860)		Persoonlijke vooruitgang (n=834)		Leren (n=840)		Zelf-bescherming (n=823)		Sociaal (n=837)		Carrière (n=823)		Financieel (n=832)	
	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.
Intercept	7,921		7,430		7,573		5,856		3,029		5,396		3,517	
Gender														
- Man (ref.)														
- Vrouw	,319	*	,523	***	,558	***	,252		-,349		-,132		-,009	
Leeftijd														
-0,018	***	-,025	***	-,037	***	-,021	**	,016	*	-,058	***	-,026	***	
Herkomst														
- Enkel Belgische herkomst (ref.)														
- Buurland of EU-land	,351		-,485		,129		,082		-,016		-,108		,073	
- Buiten EU	,998	**	,022		,467		,613		1,224	*	1,906	***	,748	
Diploma														
- Ten hoogste secundair onderwijs (ref.)														
- Bachelor	,054		-,183		,064		-,101		-,428	*	-,083		,248	
- Master	,315		-,583	**	-,236		-1143	***	-,726	**	-,178		-,052	
Subjectief inkomen														
- Moeilijk rondkomen (ref.)														
- Middencategorie	,053		-,065		,194		-,818	*	-,281		,031		-,435	
- Makkelijk rondkomen	,077		,268		,285		-,700	*	,018		-,118		-,612	*
R ²	4,7%		4,9%		7,1%		5,7%		3,0%		15,7%		5,1%	

De bovenstaande cijfers geven inzicht in de mate waarin onder de brede noemer van ‘deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenenwerk’ zich ook vrijwilligers bevinden en vanuit welke functie (of motief) zij aan vrijwilligerswerk doen. Uit onze studie blijkt dat de vrijwilligersmotieven nogal verschillen naargelang socio-demografische kenmerken. Wat hierbij buiten beeld blijft is of de sociaal-cultureel organisaties wel voldoende vrijwilligers weten te werven. Uit anekdotische informatie uit de interviews maken we wel op het vinden van voldoende en goede vrijwilligers voor veel organisaties een grote zorg is. De zoektocht naar een verbreding van het vrijwilligersbestand is enigszins vergelijkbaar met de inspanningen die organisaties doen om hun participantenbestand te vergroten en te diversifiëren. De twee houden ook duidelijk verband met elkaar, want verenigingen zoeken nieuwe vrijwilligers in de eerste plaats bij hun (vaste) deelnemers, zo geeft deelnemer Linda aan. *‘Het is normaal dat je zoekt bij de mensen die deelnemen ... maar je zoekt ook vanuit de noden van de vereniging. Je vindt de vrijwilligers eigenlijk meestal via de contacten die er al zijn.’*

8 | Waarden van en waardering door deelnemers

8.1 Welke maatschappelijke waarden vinden deelnemers belangrijk?

Bij het invullen van de survey kregen de deelnemers een lijst van veertien maatschappelijk waarden te zien en werden zij gevraagd aan te geven welke drie waarden zij het belangrijkste vonden. Deze waarden zijn geïnspireerd door de waarden die centraal staan in de *European Values Study*. Het gaat om een lijst die – weliswaar met enkele kleine aanpassingen – ook in 2010 aan de deelnemers in het sociaal-cultureel volwassenenwerk werd voorgelegd.

De antwoordoptie ‘tolerantie, verdraagzaamheid en respect voor anderen’ wordt vandaag door 45% van de respondenten als een van de drie belangrijkste waarden geselecteerd. Daarmee is het de meest vernoemde waarde. Binnen elk van de vijf onderscheiden clusters vormt dit de vaakst vernoemde waarde.

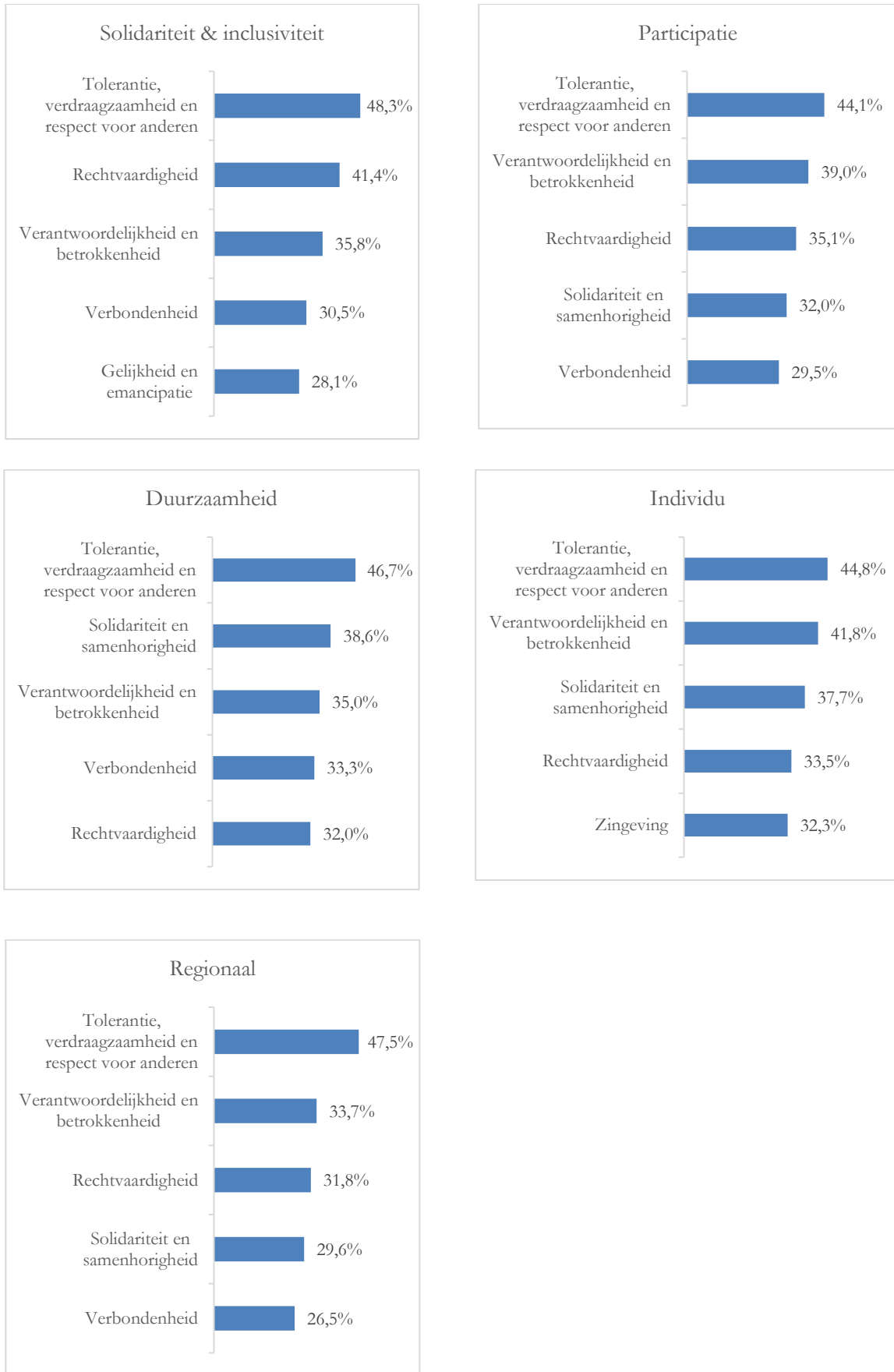
‘Verantwoordelijkheid en betrokkenheid’ volgt op een tweede plaats en werd door 38% van de respondenten als een van de belangrijkste waarden bestempeld. Ook deze waarde staat bij elke cluster van organisaties in de top drie, al doen er zich hier wel significante verschillen voor. Zo wordt deze waarde significant meer door deelnemers van organisaties uit de participatiecluster en de individuele cluster geselecteerd dan door deelnemers van regionale organisaties.

‘Rechtvaardigheid’ volgt op een derde plaats en behoort bij elke type van organisatie tot de meest geselecteerde waarden. Het belang van rechtvaardigheid als waarde is – in vergelijking met de scores voor de andere waarden - iets gedaald ten opzichte van 2010 (Vermeersch & Vandenbroucke). Het belang dat wordt gehecht aan de andere waarden is echter relatief onveranderd. De kijk op de samenleving en de waarden die daarin persoonlijk belangrijk worden geacht, is dus vrij stabiel bij de deelnemers aan sociaal-cultureel werk. Dat geldt ook voor wat deelnemers gemiddeld gezien minder belangrijk vinden (zoals ‘ambitieuw zijn’ en ‘gehoorzaamheid’).

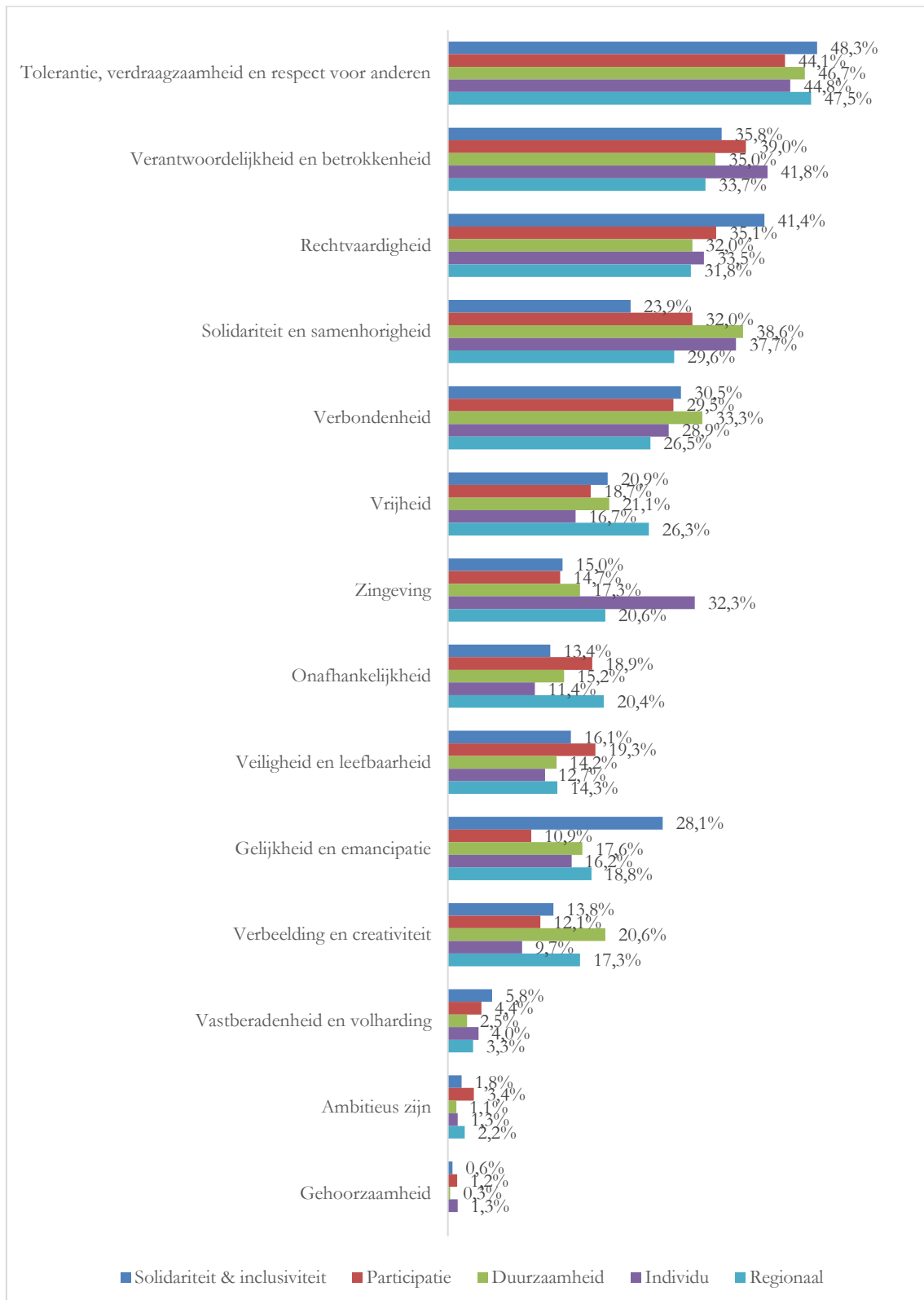
Figuur 44. De drie waarden die deelnemers aan sociaal-cultureel werk het belangrijkste vinden (%
n=3296)



Figuur 45. Top vijf waarden naargelang cluster van organisaties (% , n=3296)



Figuur 46. Waarden van deelnemers naargelang cluster van organisaties (%; n=3296; selectie van drie belangrijkste waarden)



Als we de respons ontleden vanuit het perspectief van de verschillende clusters van organisaties waar de deelnemers participeren, dan stellen we vast dat de waardenpreferenties grotendeels gelijklopen ongeacht bij welk type van organisatie wordt deelgenomen. Slechts hier en daar zijn er opvallende verschillen. Zo vertonen de participanten van organisaties binnen de individu-cluster (d.w.z. de cluster van organisaties zich inzetten voor religieuze of culturele zin- en betekenisgeving, organisaties die zich inzetten voor persoonlijke ontwikkeling en ook organisaties die samen met werknemers en werkzoekenden inzetten op werkbaar werk en tewerkstelling) duidelijk een meer afgetekende preferentie voor de waarde ‘zingeving’. Respondenten die actief zijn bij een organisatie binnen de cluster van solidariteit en inclusiviteit, hebben duidelijk meer een voorkeur voor de waarde ‘gelijkheid en emancipatie’ dan de participanten in de andere clusters van organisaties. Deze verbanden zijn duidelijk niet willekeurig. Ze illustreren dat mensen *daar* participeren waar ze de maatschappelijke waarden herkennen die ze zelf belangrijk achten. Andersom kunnen de activiteiten van sociaal-culturele organisaties ook het belang van bepaalde waarden bij de deelnemers versterken. In die optiek zijn sociaal-culturele organisaties ook werkplaatsen van waarden.

De voorkeuren voor bepaalde maatschappelijke waarden worden dus collectief gestuurd. Toch stellen we op basis van de interviews vast dat iedere deelnemer ook puur persoonlijke redenen heeft om bepaalde waarden als cruciaal naar voor te schuiven. Zo vinden sommigen ‘verbeelding en creativiteit’ of ‘vrijheid’ erg belangrijk, net omdat die waarde in hun leven een belangrijke rol heeft gespeeld. Anderen plaatsen die waarden lager in de hiërarchie omdat ze minder appelleren aan iets dat in hun leven bepalend of noodzakelijk is. De waarden waarover de meningen heel sterk uiteenlopen, zijn weliswaar beperkt.

Sandra (41 jaar) is actief binnen een middelgrote vereniging die zich richt op de participatie van doelgroepen, maar zij heeft nog tal van andere vrijetijdsactiviteiten waar zij zich voor inzet. Ze is niet alleen een bezige bij, ze is ook zeer gedreven, dat spreekt ook uit haar engagement in de lokale politiek. Sandra wil vordering boeken in haar bezigheden en vindt daarom ‘ambitieuze zijn’ een waarde waar ze zich in kan vinden. Linda, die ongeveer dertig jaar ouder is dan Sandra, maar eveneens lokaal politiek actief vindt het ‘ambitieuze zijn’ ook van belang. Voor de gepensioneerde Mirèse, deelnemer bij middelgrote themagerichte vereniging, is die waarde van veel minder belang. Ze lijkt er zelfs wat op neer te kijken. ‘Ambitieuze zijn, tja... als we het maar met z’n allen goed hebben, als we maar respect voor elkaar hebben,’ zo zegt ze.

De 54-jarige Simon, eveneens deelnemer bij een middelgrote themagerichte vereniging, vindt persoonlijk ‘gehoorzaamheid’ een belangrijke waarde. Hij beschrijft hoe die waarde past bij de opvoeding die hij zelf kreeg en hij merkt ook op dat ‘gehoorzaamheid vandaag aan het verdwijnen is.’ Het is iets dat hij betreurt. De veel jongere Frieda (32 jaar) stelt dan weer dat het belangrijk is om net niet gehoorzaam te zijn. ‘Je moet net rebels kunnen zijn,’ zo concludeert ze. Ook de 59-jarige Nico stelt onomwonden dat hij ‘niet graag tussen de lijntjes kleurt’.

Zoals de bovenstaande citaten illustreren lopen vooral over de maatschappelijke waarden ‘ambitie’ en ‘gehoorzaamheid’ de meningen sterk uiteen. Wat precies voor dergelijke grote verschillen in waardering zorgt is niet aan één specifiek deelnemerskenmerk toe te schrijven. Zo is het niet dat bijvoorbeeld jongere deelnemers stelselmatig ‘ambitieuze zijn’ belangrijker vinden dan deelnemers van oudere deelnemersgroepen. Voorkeuren spruiten veeleer voort uit de individuele levenswandel van de deelnemers en zijn dus niet voorspelbaar of veralgemeenbaar.

8.2 Hoe goed (her)kennen deelnemers de sector van het sociaal-cultureel werk?

We gaven eerder in dit rapport al aan dat het zelfs voor deelnemers aan sociaal-culturele praktijken van erkende organisaties moeilijk is zich een scherp beeld te vormen van de sociaal-culturele sector. Dat wil echter niet zeggen dat ze de organisaties in de sector niet of niet goed kennen.

Aan alle geïnterviewden (n= 19) legden we een lijst voor van alle erkende sociaal-culturele organisaties van dat moment en we vroegen hen welke organisaties bij hen een belletje deden rinkelen. Geen enkele geïnterviewde kende alle 130 erkende organisaties. Het grootste aantal dat gekend was door één respondent was 52, het laagste 13. Gemiddeld kenden de geïnterviewde deelnemers 30 van de 130 organisaties in de lijst. Op een kleine, niet-gerandomiseerde steekproef zegt zo een gemiddelde natuurlijk weinig en is het niet noodzakelijk representatief voor alle deelnemers in deze sector. Toch geeft het een aanduiding dat deelnemers meer sociaal-culturele organisaties kennen dan enkel die waarbij ze participeren, wat ook te verwachten valt in een samenleving die een sterk sociaal-cultureel middenveld met een rijke traditie kent.

Ook valt op dat een aantal organisaties een veel bredere bekendheid geniet dan andere. De sociaal-culturele organisaties die bij het meest deelnemers als bekend voorkwamen zijn: Oxfam-Wereldwinkels, Amnesty International Vlaanderen, Davidsfonds, Gezinsbond, Bond zonder Naam, Femma Wereldvrouwen, Ferm, OKRA – trefpunt 55+, Het Vlaamse Kruis, Natuuracademie, Pax Christi Vlaanderen, Vormingsinstituut Rode Kruis-Vlaanderen. 18 organisatienamen in de lijst van de erkende organisaties kwamen dan weer niemand van de geïnterviewde participanten bekend voor. Wie welke organisaties kent, hangt duidelijk samen met achtergrondkenmerken van die persoon. Niet verrassend zijn het vooral 50-plussers bij wie de namen van organisaties die (vooral) werken voor senioren vertrouwd overkomen. De persoon met een migratieachtergrond die we interviewden was ook de enige die meerdere sociaal-culturele verenigingen kende die zich expliciet inzetten voor personen met een etnisch-cultureel diverse achtergrond. De kennis van het sociaal-cultureel middenveld wordt dus duidelijk gekleurd door de eigen identiteit en de positie die men in de samenleving inneemt.

Opvallend is dat de set van erkende organisaties die door veel deelnemers gekend zijn sterke gelijknissen vertoont met de resultaten van eenzelfde oefening die gebeurde bij bedrijven, overheden en andere middenveldorganisaties (Vermeersch et al., 2023). Het doet besluiten dat steeds dezelfde organisatienamen gekend (of niet gekend) zijn, ongeacht aan wie dit wordt gevraagd. Net als in het onderzoek *De waarde en betekenis van het civiel sociaal-cultureel actorschap* (Vermeersch et al., 2023) maken we hier wel de kanttekening dat organisaties die recent van naam veranderd zijn vaker onbekend blijken voor de geïnterviewden, en dat is ook het lot van kleinere organisaties of organisaties die voor een zeer specifieke doelgroep werken. Deze test op het vlak van naamsbekendheid is bovendien geen evaluatie gezien niet elke organisatie de noodzaak voelt of de middelen heeft om een brede naamsbekendheid na te streven.

8.3 Hoe en waarom waarderen de deelnemers het sociaal-cultureel werk?

8.3.1 Van herkenning naar waardering

In de vorige paragraaf stelden we vast dat de geïnterviewden slechts een fragmentair beeld hebben van het veld van de erkende sociaal-culturele organisaties. Ze kennen meestal enkele organisaties goed, een aantal iets minder goed, maar ook heel wat organisaties helemaal niet. Niet alleen de kennis van het veld is fragmentair, ook de herkenning of labeling ervan is dat. Zo gebeurt het dat respondenten wel een logo of naam van een organisatie herkennen, maar weinig of niets over die organisatie kunnen zeggen. In marketingtermen kunnen we zeggen dat er hier en daar wel *brand recognition* is (men herkent een naam of logo), maar dat dat niet garandeert dat er ook echte *brand knowledge* is (men kan zeggen waar de naam of het logo voor staat). Het is echter pas wanneer mensen zich een beeld kunnen vormen van een organisatie en weten waar die organisatie voor staat en wat ze te bieden heeft dat er ook een affectieve band kan ontstaan met die organisatie (*brand attitude* en *brand connection*) en dat mensen dus ook effectief voor die organisatie gaan kiezen. Vanzelfsprekend hebben deelnemers die

band wel met de organisatie waar ze (soms al lang) participeren, maar door de versplinterende kennis van de sector hebben ze die band dus met slechts een beperkte set van andere organisaties. Een positieve gezindheid ten opzichte van een sociaal-culturele organisatie verzekert dus niet een gelijkaardige positieve attitude ten opzichte van andere organisaties.

Weinig *brand recognition* dus bij tal van organisatielogo's en organisatienamen, maar nog minder herkenning als het gaat om de sector als geheel. De notie 'sociaal-cultureel werk' zegt de respondenten doorgaans weinig, zo merkten we in de diepte-interviews. Zoals we al eerder aangaven reageerden de geïnterviewden soms verbaasd dat bepaalde organisaties onder de noemer 'sociaal-cultureel volwassenenwerk' erkend worden en net zozeer waren ze verrast dat organisaties die ze wel in deze sector hadden verwacht geen onderdeel zijn van het erkende sociaal-cultureel werk voor volwassenen. Ook hebben de geïnterviewde participanten vaak moeite om de samenhang tussen de erkende organisaties te zien, ook dat helpt niet om de sector als één geheel te herkennen.

De 34-jarige Paul die actief is bij een kleine erkende organisatie binnen de stroom duurzaam samenleven, twijfelt als hij de poster met alle erkende sociaal-culturele organisaties overschouwt. 'Het is cultuur maar ook niet allemaal cultuur,' zegt hij. 'Er zit ook een sociale factor in. Soms ook een ecologische.' Ook de 59-jarige Nico, die best veel organisaties in de sector herkent, heeft het moeilijk om een rode draad te zien in geheel van organisaties: 'Het gaat om vorming, om activiteiten, cultuur, goed informeren, participeren, meer gaan delen ...' De 38-jarige Evelien ziet dan weer vooral organisaties waar 'mensen naar elkaar luisteren.'

Zolang er geen duidelijke herkenning of scherp bewustzijn is van een sector als geheel, is het ook moeilijk die sector als zodanig verder te gaan *branden* (Rossiter, 2014). In een sector die heel veel uiteenlopende organisaties overspant, is het werken aan dergelijke sectorherkenning en sectorbewustzijn vanzelfsprekend ook geen sinecure (Vermeersch et al., 2023). De vraag stelt zich ook hoeveel inspanning in scherpe beeldvorming en sectoromschrijving moet worden gestoken en wat dergelijke inspanningen opleveren voor de deelnemers.

8.3.2 Soorten van waardering

Ook al hebben veel deelnemers die we spraken moeite om het geheel aan erkende organisaties als een sector te zien en zijn er veel sociaal-culturele organisaties die ze niet (her)kennen, toch drukken velen onder hen een hoge mate appreciatie uit voor het sociaal-cultureel werk (*brand valuation*). Dergelijke waardering koppelen ze vanzelfsprekend vooral aan de sociaal-culturele organisatie(s) waarbij ze zelf participeren. Het is dus een vorm van generalisering. Bovendien is het niet onlogisch dat de huidige deelnemers enthousiast zijn over hun deelname en over de sociaal-culturele praktijken waaraan ze deelnemen. Een onderzoek bij personen die niet meer deelnemen ('afhakers') zou mogelijk ook een meer negatieve waardering kunnen blootleggen.

De waardering van de huidige participanten kunnen we op twee dimensies positioneren (Tasci, 2006): autonome versus functionele waardering. Autonome waarde betekent dat mensen waarde aan iets hechten zonder dat die waarde betekenisvol is in het licht van iets anders. Functionele waarde betekent dat iets waarde heeft omdat het helpt voor een andere ambitie of taak. Er zit dus een functionele redenering achter. Zo kan een bepaalde dienst of kennis verkregen via een sociaal-culturele praktijk helpen om iets te volbrengen of passen bij een bepaalde ambitie (bv. het verwerven van een andere job).

Uit de interviews leren we dat de meeste deelnemers vooral de *autonome* waarde van het sociaal-cultureel werk benadrukken. Ze vinden deelname niet belangrijk in functie van iets anders, maar louter omwille van het deelnemen zelf. Ook de organisaties vinden ze op zich waardevol. Getuige hier-

van zijn uitspraken als ‘ik ben gewoon blij dat dit bestaat’ (Özgön, 46 jaar) en ‘ik ben blij dat ik dit gevonden heb’ (Lisanne, 61 jaar).

De 71-jarige Greet benadrukt duidelijk dat zij vooral het niet-functionele aspect apprecieert. Ze legt uit dat de verenigingsactiviteiten waar ze aan deelneemt een sterke sociale component kennen, maar dat het samen zijn en samenwerken tijdens die activiteiten op zich staan. Met die sociale component wil Greet geen ander doel bereiken dan dat. Ze drukt erop dat die samenwerking anders is dan bijvoorbeeld op een werkvloer waar een samenwerking ook erg aangenaam kan zijn maar toch steeds in het licht gebeurt van de uitvoering van een bepaalde taak of opdracht.

Als de functionele waarde van het werk ter sprake komt in de interviews, dan liggen de functies van participatie vaak niet bij het individu, maar worden ze uitdrukkelijk sociaal ingekleurd of gekaderd. Op die manier komen de antwoorden van de respondenten dicht te liggen bij de functies van het sociaal-cultureel werk. Zo drukken de respondenten bijvoorbeeld op de waarde die ze hechten aan groeps- of gemeenschapsvorming die ontstaat via participatie.

Je komt echt in een clubje terecht. Dat groeit eruit. En er komen vriendschappen uit. Dat is het gevolg van dit soort cursussen. Ook busreizen creëren een soort van groepsgevoel,’ zo merkt de gepensioneerde Mirèse op. Ze waardeert de sociaal-culturele activiteiten waar ze aan deelneemt erg, mede omwille van die sociale kwaliteiten.

De sociale waarden die gehecht worden aan de deelname aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk moeten niet gezien worden als onverwachte uitkomsten of realisaties. Voor veel deelnemers zijn ze deel van de behoefte die zij voelden om te gaan participeren. De sociale waarde is met andere woorden een invulling van wat zij zochten in en verwachtten van hun deelname. In het deel over *needs arousal* (cf. eerder) spraken we over een onderliggende spanning tussen een huidige situatie en een beoogde (ideale) situatie en de drive of drang die iemand voelt om die spanning op te heffen. We situeerden die *needs arousal* op het persoonlijke niveau, maar vooral op het netwerk- en maatschappelijk niveau. Het toont nog meer eens aan hoe belangrijk het voor deelnemers is dat ze andere mensen kunnen ontmoeten, gemeenschap kunnen vormen en de samenleving kunnen versterken. Het invullen van die behoefte leidt tot waardering.

Om na te gaan welke waarden deelnemers vooral associëren met de sociaal-culturele sector in het algemeen kunnen we de interviews ook bekijken door de lens van het waardenkader van Boltanski & collega's. De waardentheorie van Boltanski en Chiapello (2005) en Boltanski en Thévenot (2006) maakt een onderscheid tussen (inmiddels) acht waardenregimes of ‘werelden’ die onze gedragingen, waarderingen en onderlinge relaties in de (westerse) samenleving overwegend bepalen. Iedere wereld heeft haar eigen methoden van waardering en rechtvaardiging of legitimering van waarden. Boltanski en collega's doopten de acht werelden tot de geïnspireerde wereld, de domestieke wereld, de civiele wereld, de wereld van opinie en roem, de marktwereld, de industriële wereld, de projectstad en de groene wereld. Elke wereld schuift autonoom één eigen centrale waarde naar voor en maakt ook een zekere hiërarchie tussen andere, verwante waarden. Wat in een marktcontext waardevol is en dus hoog aanzien kent (bv. winst), krijgt niet noodzakelijk veel waardering in de wereld van de inspiratie, bijvoorbeeld in een artistieke of culturele organisatie. In de studie *De waarde en betekenis van het civiel sociaal-cultureel actorschap. Onderzoek bij bedrijven, overheden en middenveldorganisaties* (Vermeersch et al., 2023) werd vastgesteld dat de meeste actoren die buiten de sector staan de sector typeren door middel van indicatoren die horen tot het regime van de civiele wereld waarin de gemeenschap en het algemeen of collectief belang centraal staan. In tweede en in derde instantie wordt het sociaal-cultureel werk geassocieerd met de waardenwerelden van de inspiratie (waar inspiratie en verbeelding als idealen naar voor worden geschoven) en de domestieke wereld (waarbij traditie en vertrouwen primeren). Uit datzelfde onderzoek bleek ook dat de erkende sociaal-culturele organisaties zelf hun eigen praktijk ook vooral relateren aan het civiele waardenregime. Eenzelfde patroon herkennen we nu in de

interviews met de deelnemers. Ook voor hen primeert het civiele waardenregime in hoe zij naar de sociaal-culturele praktijken kijken.

Ik zie samenhang als rode draad. Gemeenschap. En ook solidariteit,' zo vat de 41-jarige Özgön haar kijk op de gehele sociaal-culturele sector samen. Ook Greet (71 jaar) gebruikt gelijkaardige civiele termen om uit te drukken wat ze waardeert aan sociaal-cultureel werk: 'Wat is er tenslotte belangrijk voor de samenleving? Samen leven. Dat aspect 'samen' is erg belangrijk.'

Enigszins veralgemenend kunnen we concluderen dat zowel interne als externe actoren het sociaal-cultureel werk voor volwassenen in een min of meer zelfde waardenkader plaatsen. Het wordt vooral gezien als een civiele actor die staat voor een vertegenwoordiger van het collectief. Deze algemene trend betekent allerminst dat deelnemers altijd alle sociaal-culturele praktijken even sterk appreciëren of voor dezelfde kenmerken waarderen.

9 | Conclusies en aanbevelingen

9.1 Inleiding: participatie, een rekbaar begrip

Wie neemt deel aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk? Hoe en waarom gebeurt die deelname? Wat betekent die deelname voor de participanten en wat wordt daarbij vooral geapprecieerd? Deze vragen met betrekking tot het bereik en de werking van de sociaal-culturele sector stonden centraal in deze studie. Het zijn belangrijke kwesties om te onderzoeken, niet alleen omdat tot nu toe recente gegevens ontbraken maar ook omdat de antwoorden belangrijke topics naar boven halen om als organisatie of overheid beleid rond te voeren.

Er zijn meerdere antwoorden te geven op de bovenstaande vragen. In deze studie opteerden we ervoor te vertrekken van de individuele deelnemers. Met interviews en een survey brachten we hun achtergrond en positie in kaart. De interpretatie daarvan gebeurde tegen de achtergrond van verschillende organisatietypes (stromen en clusters). Die gelaagde analyse maakt duidelijk dat er weliswaar duidelijke trends zijn in het profiel van de deelnemers in de sector en er ook duidelijke tendensen zijn in de beleving van de deelname aan sociaal-culturele praktijken, maar ook dat erg veel afhangt van het type van organisatie waarin men participeert. Iemand die deelneemt aan activiteiten van een grote vereniging die inzet op algemene maatschappelijke participatie en gemeenschapsvorming heeft een ander profiel dan een participant bij een niche-organisatie die inzet op één specifiek thema of een afgelijnde doelgroep. De gemiddelde deelnemer van een organisatie met een Vlaanderen-breed bereik is ook anders dan die van een regionale organisatie. Gezien de heterogeniteit van de sector en haar bereik is het louter spreken over gemiddeldes dus misleidend. Toch mogen we niet de reflectie op sectorniveau afblokken met de redenering ‘het is voor elke organisatie toch anders.’ Zoeken welke organisaties samen clusteren, welke zorgen en uitdagingen door welke organisaties worden gedeeld, welke organisatietypes goed bij elkaar passen, ... blijft volgens ons een must voor onderzoek maar ook voor beleid en praktijk.

Wat die praktijk betreft stelden we ook vast dat ‘participatie’ voor velen iets anders betekent. Dat begint al bij de deelnemers zelf. Sommige vrijwilligers zien zichzelf niet als deelnemer, terwijl andere vrijwilligers dat wel doen. Hetzelfde geldt voor wie lid is van een organisatie. Dat het begrip deelnemer ‘rekbaar’ is, vormt op zich geen probleem. Vanuit onderzoeks- en beleidsoogpunt is het moeilijker dat organisaties deelnemers en deelnames ook op een andere manier tellen en rapporteren. Met het oog op een helder zicht op het bereik van de sector, zou het goed zijn als de organisaties de manier waarop ze deelnemers en deelnames meten meer op elkaar aligneren.

9.2 Het participantenbestand: gegeven of maakbaar?

In dit rapport schetsten we, op basis van kwantitatief en kwalitatief onderzoek, het profiel van de deelnemers aan sociaal-cultureel werk voor volwassenen. We deden dat onder meer op basis van een aantal persoonskenmerken. De verdelingen in de onderzochte populatie bleken voor een aantal kenmerken (zoals gender en nationaliteit) in het verlengde te liggen van vaststellingen van vorig onderzoek (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010). Het deelnemersprofiel in het sociaal-cultureel werk is het voorbije anderhalf decennium dus vrij stabiel gebleven. De gemiddelde betrokkene bij het sociaal-cultureel volwassenenwerk is nog steeds voornamelijk vrouwelijk, hooggeschoold, met uitsluitend de Belgische nationaliteit. Ook de frequentie van deelname is over de tijd vrij stabiel gebleven. Verrassend is dat niet omdat we uit (cultuur)participatieonderzoek weten dat veranderingen in participatie-

profielen doorgaans traag gebeuren, soms ook trager dan de organisaties zelf zouden willen. De professionals die deelnamen aan ons rondetafelgesprek bevestigden dat. Ze getuigden bijvoorbeeld dat veel organisaties sterk inzetten op meer diversiteit in het deelnemersbestand maar ook dat dergelijk veranderingsproces een erg lange inspanning vergt. Zeker sociaal-culturele actoren die al lang bestaan krijgen op basis van hun merknaam en traditie vaak moeilijk verandering in hun deelnemers- of ledenbestand.

Een verandering van deelnemerspubliek is natuurlijk geen must. Het is wel een aandachtspunt voor de sector als geheel. Wanneer bepaalde groepen in de samenleving stelselmatig niet of disproportioneel weinig deelnemen, kan dat wijzen op een probleem in toegankelijkheid of zelfs exclusie. Het is een bezorgdheid die we in veel gesprekken met betrokkenen in de sector vaststelden: dat het sociaal-cultureel werk bij een aantal maatschappelijke groepen niet langer de vinger aan de pols dreigt te hebben. Enkele geïnterviewde deelnemers gaven zelfs letterlijk aan dat ze vinden dat niet elke sociaal-culturele organisatie even toegankelijk is. Vooral op het vlak van het bereiken van personen met een andere nationaliteit is dat een aandachtspunt voor de sector als geheel.

9.3 De opvallende toename van de gemiddelde leeftijd van deelnemers

Hoewel het profiel van de deelnemers doorheen de tijd vrij stabiel is gebleven, zijn er toch ook opvallende verschuivingen vast te stellen. De meest opvallende is de toename van de gemiddelde leeftijd. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenenwerk is vandaag 64 jaar. Als we de organisaties die zich specifiek op de doelgroep van de senioren richten niet meenemen in deze berekening, dan ligt de gemiddelde leeftijd op 60 jaar. Dat is merkkelijk ouder dan de leeftijd in het vergelijkbaar onderzoek van 2010. Uiteraard is de bevolkingspopulatie tussen 2010 en vandaag ook veranderd en kan ook gevoerd beleid een impact hebben (zo kan de stijging van de pensioenleeftijd als gevolg hebben dat mensen pas later voldoende tijd hebben om deel te nemen aan de activiteiten van een vereniging). Toch verklaart dit nog niet de aanzienlijke stijging van de gemiddelde deelnemersleeftijd. Ook al varieert de toename van de gemiddelde leeftijd van organisatie tot organisatie, ze baart duidelijk veel sociaal-culturele organisaties zorgen. Velen onder hen proberen daarom actief werk te maken van het aantrekken van jongeren. Dat gebeurt soms door kleine ingrepen op activiteitsniveau (bv. andere werkvormen) en soms ook door de organisatiestructuur aan te passen (bv. werken met aparte groepen voor jongeren) of door samenwerking met andere organisaties. Cruciaal blijkt telkens de toeleiding en werving van de nieuwe participanten zo te organiseren dat er niet vanzelf een duplicatie gebeurt van het huidige participantenbestand. Organisaties trachten met andere woorden hun huidige deelnemersbestand qua leeftijd zo divers mogelijk houden om te vermijden dat het aandeel jongeren in de organisatie zo klein wordt dat potentiële jonge deelnemers zich niet langer (kunnen) herkennen in dat bestand. Ondank alle inspanningen blijft het echter belangrijk om als sector en overheid de leeftijdstoename onder ogen te zien en hierover te reflecteren. De vergrijzing, die eigenlijk vooral een ontgroening van de sector blijkt te zijn, voorspelt alvast dat bepaalde praktijken, activiteiten en zelfs organisatiestructuren of gehele organisaties als generatiefenomenen zullen verdwijnen.

9.4 Participatiefrequentie en cumulatieve deelname

Wie betrokken is bij een sociaal-culturele organisatie articuleert die betrokkenheid doorgaans in een regelmatige deelname. Bijna negen op de tien deelnemers hebben het afgelopen jaar deelgenomen aan activiteiten van 'hun' sociaal-culturele organisatie. Eén op de vier deelnemers aan sociaal-cultureel volwassenenwerk heeft een participatiefrequentie van meermaals per maand. Toch betekent dat niet dat elke deelnemer een frequente, meervoudige participatie kent. Er zijn ook sporadische participanten. Veel deelnemers geven ook aan dat hun deelname fluctueert – nu eens toeneemt, dan weer

afneemt – op de golven van hun levensgebeurtenissen. Die levensgebeurtenissen zijn natuurlijk niet te regisseren door de organisaties. Veeleer is het zaak om als organisatie en sector te blijven monitoren wat er precies speelt in de samenleving om vervolgens flexibel op de veranderende noden en behoeften van volwassenen in te spelen. In deze studie vonden we een aantal aanwijzingen dat dat gebeurt, bijvoorbeeld dat het aanbod vandaag meer inspeelt op actuele maatschappelijke thema's zoals mental en fysiek welzijn.

Uit onze studie maken we ook op dat veel sociaal-culturele participatie een 'kettingreactie' volgt en zo cumulatief werkt: participatie bij de ene organisatie geeft aanleiding tot deelname bij een andere organisatie, en op die manier groeit een positieve participatie-ingesteldheid en waaiert participatie verder uit. Deelnemers zien meer participatiekansen en krijgen meer participatievragen. Deze kettingreactie volgt geenszins de grenzen van de gesubsidieerde sector.

Ook opvallend: soms moeten mensen een participatiepauze inlassen om 'overparticipatie' te vermijden. Het moment van overparticipatie vormt een kantelpunt dat zeker aandacht vraagt. Het vermijden van een *civic burn-out* en 'over-vrijwilligen' door steeds beroep te doen op dezelfde personen, is iets dat organisaties best meenemen in het programmeren van activiteiten en managen van vrijwilligers.

9.5 Participatie: een samenspel van behoeften en motieven

Een participatievraag kan ontvlammen op verschillende momenten en niveaus. Het kan een aanleiding kennen in een persoonlijke context, in de directe omgeving, maar het kan ook ontstaan uit een maatschappelijke vraag of reflectie. Ons onderzoek toont dat we niet mogen onderschatten hoe collectief participatie wordt gedetermineerd. Heel vaak is er een relevante derde (of meerdere) die een individu aanzet tot deelname (cf. verder). We leerden echter ook dat persoonlijke motieven steeds uitdrukkelijker beginnen doorwegen bij de afweging om al dan niet deel te nemen aan een sociaal-culturele activiteit. Dat heeft als implicatie dat organisaties mensen ook meer op dat persoonlijke niveau moeten overtuigen en dus uitdrukkelijk voor elke (potentiële) deelnemer een antwoord moeten bieden op de vraag: *wat ga jij aan die deelname hebben?* Anders dan vroeger, toen deelname nog vaak en vanzelfsprekend van generatie op generatie werd doorgegeven, vraagt dit van de organisaties een intensieve en gepersonaliseerde wervingsstrategie.

Participatiemotieven kunnen te maken hebben met tal van drivers: ontspanning, ontwikkeling en bijleren, ontmoeting en gemeenschapsvorming, of altruïsme en maatschappelijke verandering. Bij het leeuwendeel van de deelnemers is de wil om nieuwe kennis en vaardigheden op te doen sterk aanwezig en geldt dit als het belangrijkste deelnamemotief. Uit de deelnemersbevraging valt ook op te maken dat het precieze deelnamemotief vaak gelinkt kan worden aan socio-demografische kenmerken. Afhankelijk van het dominante motief gaan participanten ook voor andere types van organisaties kiezen. We leren ook dat er zelden sprake is van één motief voor participatie, bijna altijd zijn er meerdere.

Motieven om deel te nemen aan het aanbod van één organisatie of aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk in het algemeen, blijven niet noodzakelijk dezelfde. Ze evolueren doorheen de levensloop. Dat betekent dat organisaties er geenszins op kunnen (blijven) rekenen dat personen die eenmaal participeren dat ook zullen blijven doen.

9.6 Deelnamepatronen

Om deelname te kunnen positioneren, werkten we in deze studie een deelnameraster uit met vier dimensies die uitdrukking geven aan de mate van participatie. De vier dimensies zijn:

- (1) inzet: de mate waarin men energie investeert in en toewijding vertoont voor de organisatie;
- (2) inspraak: de mate waarin men de beleidslijnen van de organisatie zelf mee bepaalt;
- (3) tijd: de hoeveelheid tijd (aantal uren en frequentie) die men besteedt aan deelname;
- (4) plaats: het organisatieniveau waarop men participeert.

Deze vier dimensies hangen enigszins met elkaar samen maar vormen toch niet één participatie-continuüm of -ladder. In die optiek 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. De mate van participatie is ook erg veranderlijk en enkel te verklaren vanuit het perspectief van de levensloop van de individuele deelnemer. Het is zaak dat de organisaties dat in hun deelnemers- en vrijwilligersmanagement meenemen, en niet-deelname louter vanuit een deficit benaderen ('Iemand haakt af').

9.7 De relevante derde

Bij de keuze voor een eerste deelname bij een sociaal-culturele organisatie is vaak een relevante derde betrokken, zo tonen de gegevens in dit onderzoek duidelijk aan. Dat betekent dat iemand anders *initiator* (die met het participatie-idee komt, zonder een concrete vraag te stellen), *informant* (iemand die concrete informatie over de activiteit of praktijk aanbrengt, of informatie om vooroordelen over de organisatie bij te stellen) of *beïnvloeder* is (iemand die de deelnamebeslissing positief of negatief stuurt) en zo aanstuurt tot deelname. Ook al is de uiteindelijke beslissing tot deelname een individuele beslissing, ze wordt in vele gevallen mee bepaald door andere personen. 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 is een klassieke aanpak die ook in profit omgevingen wordt toegepast. Zeker de mond-tot-mondreclame blijkt een sterk wervende strategie die veelvuldig wordt ingezet. Dit systeem heeft echter als potentieel nadeel dat er – mogelijk ongewild – mogelijk een sociale homogenisering plaats vindt van het deelnemersbestand. Huidige participanten brengen immers vaak nieuwe participanten aan die sterk op hen gelijken, zowel qua leeftijd, sociale achtergrond als interesses. Op deze manier wordt het participantenbestand sociaal homogener en net daardoor wordt de psychologische drempel groter voor deelnemers die niet hetzelfde profiel hebben als de personen die wel al deelnemen. Het is een fenomeen dat bijvoorbeeld mee verklaart waarom veel sociaal-culturele organisaties moeite hebben jongere doelgroepen aan te spreken.

9.8 Kennis, waardering en waarden

In deze studie stelden we vast dat deelnemers aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk vaak slechts een fragmentarisch beeld hebben van de sector van het erkende sociaal-cultureel werk. Dit gebrek aan een overkoepelend begrip en beeld maakt het moeilijk voor mensen om een affectieve band te ontwikkelen met de sector als geheel. Desondanks uiten veel deelnemers een sterke waardering voor het sociaal-cultureel werk, vooral gebaseerd op de eigen participatie bij 'hun' organisatie(s). Deze waardering wordt voornamelijk gekoppeld aan de autonome waarde van het werk, waarbij de deelnemers de waarde van deelname op zichzelf waarderen, los van functionele doelen. Deze waardering wordt ook uitdrukkelijk gekoppeld aan civiele waarden zoals gemeenschap en solidariteit. Over het algemeen wordt sociaal-cultureel werk vooral gezien als een civiele actor die het collectief vertegenwoordigt.

Deelnemers aan het sociaal-cultureel volwassenenwerk vertonen verder weinig veranderingen op het vlak van hun maatschappelijke waarden. Tolerantie, verdraagzaamheid en respect voor anderen blijven de meest genoemde waarden, gevolgd door verantwoordelijkheid en betrokkenheid, en rechtvaardigheid. Hoewel het belang van rechtvaardigheid dan wel iets is gedaald ten opzichte van vorig onderzoek (Vermeersch & Vandenbroucke, 2010), kunnen we toch stellen dat de kijk op de samenleving en de persoonlijke waarden van deelnemers aan sociaal-cultureel werk grosso modo constant is gebleven, inclusief wat ze als minder belangrijk beschouwen, zoals ambitie en gehoorzaamheid.

10 | Suggesties voor verder onderzoek

10.1 Burgerinitiatieven

In dit onderzoek stond het erkende sociaal-cultureel volwassenenwerk centraal. Dat wil zeggen: de organisaties die omwille van hun sociaal-cultureel werk een decretale erkenning en subsidie krijgen. Deze 130 organisaties zijn echter niet de enige organisaties die sociaal-culturele praktijken opzetten. Ook andere organisaties organiseren activiteiten die net zo goed onder de noemer ‘sociaal-cultureel’ passen, ook al krijgen die organisaties daarvoor geen erkenning of subsidie van de Vlaamse overheid. We noemen ze doorgaans ‘burgerinitiatieven.’

Burgerinitiatieven zijn organisaties die geïnitieerd zijn door individuele burgers, die (ook) een sociale doelstelling hebben en fungeren zonder winstoogmerk (Hurenkamp, Tonkens & Duyvendak, 2006). Het zijn vaak jonge, kleine en ‘lichte’ organisaties die niet erg geformaliseerd of geprofessionaliseerd zijn en vaak een kleiner werkgebied kennen dan de erkende sociaal-culturele organisaties. Ze zien zichzelf vooral als vernieuwende praktijken in de betekenis dat ze de samenleving willen verbeteren en nieuwe aanpakken willen uitproberen (Vermeersch et al., 2023). Burgerinitiatieven worden ook niet of nauwelijks gevat door overheidsregulering.

Burgerschapsinitiatieven zijn daardoor een moeilijk grijpbaar fenomeen (Jans & Verhulst, 2021). Dat roept echter vragen op als: wat is het bereik van deze burgerinitiatieven? En zijn de participanten en de deelnamepatronen vergelijkbaar met die van de erkende sociaal-culturele organisaties? Binnen deze studie hebben we getracht deze vragen te beantwoorden door de survey ook bij burgerinitiatieven te laten circuleren. De respons was echter te beperkt om representatieve uitspraken over deze groep van organisaties te doen. Daarom pleiten we voor specifiek onderzoek waarin burgerinitiatieven centraal staan, met onderzoeksmethoden aangepast aan de eigenheid van deze organisaties.

10.2 Hoe sectorontgroening tegengaan?

Een van de markantste vaststellingen in dit onderzoek is de toename van de gemiddelde leeftijd van deelnemers aan erkend sociaal-cultureel werk voor volwassenen. We stelden vast dat die leeftijdstoename eerder een kwestie van *ontgroening* (gebrekkige instroom en behoud van jongeren) is dan van *vergrijzing* (overmatige instroom en behoud van medioren en senioren) en dat het geen kwestie is die zich enkel voordoet op het niveau van organisaties maar ook op het niveau van praktijken en werkvormen. In het onderzoek gingen we al in op de oorzaken en de manieren waarop erkende organisaties reageren op de leeftijdstoename. Een volgende stap zou kunnen zijn verschillende scenario’s voor het tegengaan van die ontgroening onder de loep te nemen en te evalueren. Op die manier kan verder in kaart gebracht worden wat organisaties zoal doen om dat fenomeen te keren. De verschillende aanpakken kunnen ook op hun effectiviteit worden gewogen.

10.3 Lidmaatschap

In dit onderzoek stelden we vast dat lidmaatschap in het sociaal-cultureel werk niet meer de ‘maat der dingen’ is. Veel sociaal-culturele verenigingen hebben de vaste traditie van het werken met individueel en betaald jaarlijks lidmaatschap aangepast. Ze hebben gedifferentieerde lidmaatschapsformules uitgewerkt of zien een lidmaatschap niet meer als een individuele overeenkomst. Sommige

organisaties hebben het idee van lidmaatschap zelfs helemaal losgelaten. Verder onderzoek kan deze tendens scherper in beeld brengen en nagaan waarom organisaties wel of niet voor lidmaatschap blijven kiezen. Het onderzoek kan ook verschillende formules van lidmaatschap in kaart brengen, analyseren hoe organisaties daarin keuzes maken. Ook de financiële pro's en contra's van het werken met een lidmaatschapsbijdrage (voor zowel de vereniging als de financiële afweging bij het lid) verdient verder onderzoek.

10.4 Digitaal deelnemen

Participatie is een 'glibberig' begrip. Hiermee bedoelen we: participatie kan zich op velerlei manieren uiten. Dat is de reden waarom we in dit onderzoek de vraag of iemand zich als participant beschouwt ook bij de bevroegden zelf hebben gelegd. Dat geeft natuurlijk geen definitief uitsluitel, het gaat enkel voort op hoe deelnemers zichzelf zien. Het garandeert ook niet dat we in dit onderzoek een representatief staal hebben van *alle* deelnemers. Het zou kunnen dat de methode van onderzoek (organisaties sturen de survey door naar hun deelnemersbestand of suggereren deelnemers voor interview) voor bias heeft gezorgd. Zo zou het kunnen dat 'digitale participanten' stelselmatig door organisaties over het hoofd werden gezien bij de verspreiding van de enquête en de vraag voor een interview. Bovendien is het niet ondenkbaar dat net deze digitale deelnemers misschien jonger zijn dan zij die wel deelnamen aan deze studie. Het zijn hypothesen voor verder onderzoek. Een studie van digitale participatie aan sociaal-cultureel werk zou ook kunnen helpen om organisaties inzicht te geven in hou zij hun (potentiële) deelnemers gericht digitaal kunnen bereiken.

10.5 Een netwerkanalyse van het sociaal-cultureel werk

Onderzoek als dit trekt conclusies over een gehele sector, maar doet dat vooral door de afzonderlijke organisaties en deelnemers als aparte eenheden van analyse te zien. Toch weten we ook dat organisaties en deelnemers niet los van elkaar staan. Ze verwijzen (naar) elkaar door, werken samen, linken deelname hier met deelname elders, zoeken naar afstemming in werkwijze, enzovoort. Een opvolgstudie zou net dat fenomeen verder kunnen analyseren. Welke organisaties werken samen? Waar positioneren organisaties hun werking op de netwerkkaart van het sociaal-cultureel werk? Hoe navigeren de deelnemers op deze kaart? Op welke manier maken zij keuzes bij welke organisatie zij participeren en hoe laveren zij van de ene organisatie naar de andere? Hoe sectoroverschrijdend zijn die participatiepatronen en op basis van welke drivers navigeren deelnemers van de ene deelnamemogelijkheid naar de andere?

10.6 Cultuurfunctie: een functie van een andere orde

Een laatste opvallende constatering in dit onderzoek: 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. Voor de andere decretale functies van het sociaal-cultureel volwassenenwerk (gemeenschapsvormende functie, leerfunctie, maatschappelijke bewegingsfunctie) ligt dat blijkbaar anders. Die worden wel sterker gelinkt aan de reden voor betrokkenheid bij het sociaal-cultureel werk. De cultuurfunctie lijkt dus, vanuit het perspectief van de deelnemer, van een andere orde dan de andere drie decretale functies. Ook merkt onderzoek op 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 en deelnemers. Daarbij geldt ook de vraag hoe cultuur gelinkt is aan aanverwante topics zoals kunst en creativiteit. Verder kan worden nagegaan of de cultuurfunctie wel op eenzelfde manier 'fungeert' als de andere functies en welke lessen daar voor het beleid kan uit worden getrokken.

Referenties

- Anciaux B. (2008). *Smaakmaker. Beleids- en actienota over cultuureducatie voor smakers en makers binnen het Vlaams cultuur- en jeugdbeleid*. Brussel: Departement CJSB.
- Arnstein, S. (1969) A Ladder of Community Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35, 216-224.
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of leisure research*, 15(3), 219-228.
- Chacón, F., Gutiérrez, G., Sauto, V., Vecina, M. L., & Pérez, A. (2017). Volunteer functions inventory: A systematic review. *Psicothema*, 29(3), 306-316.
- Choi, S. H. & Fu, X. (2015). Re-examining the dimensionality of leisure motivation and leisure satisfaction in a multicultural context: Evidence from Macau. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 3(1), 06-10.
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach. *Journal of personality and social psychology*, 74(6), 1516.
- Cockx, F. & Bastiaensen, H. (2010). *De betekenis van sociaal-culturele praktijken. Resultaten van een belevingsonderzoek*. Brussel: Socius.
- De Bruyn, S., Lamberts, M., Plovie, E., Pollet, I., Schoffelen, J., Szekér, L., & Vermeersch, L. (2021). *De toegankelijkheid van vrijwilligerswerk. Analyse van praktijk en beleid*. Leuven: HIVA-KU Leuven - UCLL.
- Gustafson, P., Hertting, N. (2017). Understanding participatory governance: An analysis of participants' motives for participation. *The American Review of Public Administration*, 47(5), 538-549.
- Haimson, O. L., Carter, A. J., Corvite, S., Wheeler, B., Wang, L., Liu, T., & Lige, A. (2021). The major life events taxonomy: Social readjustment, social media information sharing, and online network separation during times of life transition. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 72(7), 933-947.
- Hart, R. A. (1992). *Children's participation: From tokenism to citizenship*. Florence, Italy: United Nations Children's Fund International Child Development Centre.
- Hart, R. A. (2008). Stepping back from 'the ladder': Reflections on a model of participatory work with children. In: *Participation and Learning: Perspectives on education and the environment, health and sustainability* (pp. 19-31). Netherlands: Springer.
- Hurenkamp, M., Tonkens E., Duyvendak, J.W. (2006). *Wat burgers bezielt. Een onderzoek naar burgerinitiatieven*. Universiteit van Amsterdam/NICIS.
- Jans, M. & Van Gucht, J. (2022). *Stromen in de civiele samenleving. Een analyse van de goedgekeurde subsidieaanvragen sociaal-cultureel volwassenenwerk 2021-2025*. Brussel: Socius.
- Jans, M. & Vanderhulst, N. (2021). *Burgerinitiatieven en de ondersteuning ervan: een veldverkenning*. Brussel: Socius.
- Juchtmans, G., Vermeersch, L., Crijns, M., De Cuyper, P., Heremans, E., Petcu, F., Servaes, H., Corijn, L. (2022). *Vrouwen van nu! Drempels en hefboomen voor de sociale en maatschappelijke participatie van vrouwen met een migratieachtergrond*. Leuven-Antwerpen: HIVA-KU Leuven – Avansa regio Antwerpen.
- Kenniscentrum Cultuur- en Mediaparticipatie (2022). *Trends in cultuur- en mediaparticipatie. Samenvatting*.
- 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.
- Rossiter, J. (2014). 'Branding' explained: Defining and measuring brand awareness and brand attitude. *Journal Of Brand Management*, 21(7-8), 533-540.
- Serrat, R., Villar, F. & Celdrán, M. (2018). Encouraging older people to continue participating in civil society organizations: A systematic review and conceptual framework. In M. Coetzee, N. Ferreira & I. Porgieter, *Psychology of Retention: Contemporary Theory, Research, and Practice* (pp. 1-18). Basel: Springer.

- Sheth, J. N., Mittal, B., Newman, B. I. (2004). *Customer behavior: A managerial perspective*. Thomson/South-Western.
- Siongers, J. & Spruyt, B. (2024). *Vrijwilligerswerk in Vlaanderen: Profielen, motivaties en zorgen voor toekomstig engagement* (nog niet gepubliceerd).
- Tang, F., Morrow-Howell, N., Choi, E. (2010). Why do older adult volunteers stop volunteering? *Ageing and Society*, 30(5), 859–878.
- Vermeersch, L. (2019). *Theorie op maat van de praktijk. Een overzicht van actuele praktijktheorieën in/voor het sociaal-cultureel werk*. Leuven: HIVA-KU Leuven.
- Vermeersch, L., De Malsche, A., Otte, H., Oosterlynck, S., Gielen, P. (2023). *De waarde en betekenis van het civiel sociaal- cultureel actorschap: onderzoek bij bedrijven, overheden en middenveldorganisaties*. Leuven-Antwerpen: HIVA-KU Leuven – UAntwerpen.
- Vermeersch, L., Vandenbroucke, A. (2010). *Het deelnemers- en participatieprofiel van participanten aan sociaal-cultureel volwassenenwerk*. Leuven: HIVA-KU Leuven.
- Wollebæk, D. & Selle, P. (2004). The role of women in the transformation of the organizational society in Norway. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33, 120S-144S.