

WAK inspiratiedag DIVERSITEIT

Door Sara van der Zande

ZINNEMA, veeweidestraat 24-26, 1070 Brussel

sara@zinnema.be

-WAK2017: THE MAKING OF... focus op creatie-process, achter de schermen, experimenteren, proberen, vernieuwen, ervaring opdoen, kunst beoefenen. Past zeer goed bij de werking van Zinnema.

-ZINNEMA focus = Faciliteren, tussen organisatie (hobby-pro), platform voor experiment, uitproberen voor publiek, professioneel omkaderen = valideren

Bijna alles wat bij ons te zien is, is bij ons gecreëerd.

Publiek is niet zomaar daar, er is altijd een link met voorstelling, de artiest of het genre

Geen grote namen, dus netwerk artiesten is het belangrijkste, daarnaast onderwerp/genre van het event. Bij amateurkunsten is dit anders dan bij professioneel.

Niche-genres werken ook altijd goed – vaak specifiek publiek

Anders dan bij Professionele huizen willen we niet enkel de zalen vullen maar een structurele relatie opbouwen met ons publiek, wat ideaal gezien van passief naar actief evolueert.

-focus van deze sessie: diversiteit en participatie

ik kom hier niet verkondigen dat wij alles weten. Daarom genoeg tijd voor vragen en dialoog, publiekswerking zeer subjectief en elke organisatie anders, delen hoe wij het aanpakken:

Publiekswerking begint bij breed gedragen programmatie. Als je wilt diversifiëren laat de groep die je wilt bereiken (mee) beslissen. Op die manier is er een kans dat dezelfde groep ook komt kijken. In het kort: bedenk niet zelf (als persoon met 'niet-diverse' achtergrond) een evenement of formule waarbij je vervolgens hoopt dat er een divers publiek op afkomt.

Publiekswerking moet (en al helemaal bij artiesten met diverse achtergronden) in samenwerking gaan met de artiesten. Hoe zien zij hun project, welk netwerk hebben zij, welke doelgroep brengen zij mee? Wat willen ze vertellen en aan wie? Welk soort promo is in hun ogen best geschikt? Als het gaat over diversiteit --- juiste **representatie**. Wordt de doelgroep die je wilt bereiken (juist) gerepresenteerd in je brochure/website/flyers/FB etc. Nee? Dan werp je nog hogere drempels op om je organisatie/evenementen te betreden.

Kortom vanaf het begin: **Vragen stellen/luisteren**

Praat niet voor een bepaalde groep/ maar luister en laat ze het zelf vertellen/empoweren

Uitleg seizoen '16/'17 **I HAVE ADREAM** + Artist Think Tank programmeren het seizoen over Black History + krijgen dus verantwoordelijkheid voor het budget.

Meer info over I have a dream:

<http://www.zinnema.be/zinnema/jaartheme/>

Video fotoshoot duo-portretten:

<https://www.facebook.com/zinnemavzw/videos/1108414729204038/>

(Brochure voor alle portretten zie bijlage)

Sleutelfiguren / community:

1000 Pieces Puzzle

Dance career bootcamp, Urban, hip hop, afro en Contemporary Choreografen leren hoe ze hun carrière vorm kunnen geven, creatief en zakelijk, uitwisseling met zelfde traject in Londen, delen, samenwerken, ervaren. Geschiedenis & heritage dansstijlen.

blijven verbonden en worden ambassadeurs, komen terug om projecten uit te werken, brengen eigen netwerk mee.

Meer info: http://www.zinnema.be/workshops/ws_nl_16-17_1000-pieces-puzzle/

Video: <https://www.facebook.com/zinnemavzw/videos/1032390853473093/?qsefr=1>

video 3 TIMISS FESTIVAL

Resident Mouss urban, ex-1000 Pieces Puzzle winnaar, resident bij Zinnema organiseert eigen Urban festival, voor tijdens na festival in gesprek gaan met (ander publiek) en proberen binden aan Zinnema op andere manier. Positief beeld onder hun netwerk vanwege associatie met hun copain, iemand waar ze naar opkijken

video: <https://www.facebook.com/zinnemavzw/videos/1210507448994765/>

video 4 CLOSE UP

Mangoo Pickle organiseren interactieve expo's van 1 dag, meerdere disciplines (kunst, design, performance, video, muziek, eten en drinken)

Het zijn curators die ook in onze Artist Think Tank zitten, met zelf Congolese achtergrond, 't zijn kunstliefhebbers en vrouwen. Nodigen onder meer artiesten uit die werken rond onderwerpen Afrikaanse Diaspora.

-Sleutel figuren, faciliteren en ondersteunen. Ambassadeurs. Artiesten delen de informatie en brengen ook weer eigen netwerk mee en hun eigen manier van communiceren.

video: <https://www.facebook.com/zinnemavzw/videos/1072806736098171/>

I HAVE DREAM EXPOSED door Mangoo Pickle en artist think tank, ism Brussels Ouderen Platform voor omkadering ouder Brussel = doelgroep.

-rondleiding door artiesten, eten & uitleg

Partners belangrijk!!

projectwww

<https://www.instagram.com/projectwww/?hl=en>

4 Scholen in Anderlecht zijn partners, studenten helpen creëren voorstelling in samenwerking met LEAD over (dubbele) identiteit. In het kader van I HAVE A DREAM open voor verschillende talenten: dans, theater,

Instagram: onderzoek dat meeste 16/17jr daar hun sociale leven uiten

Drempels kennen, durf nav analyse anders na te denken over promo/communicatie, niet altijd flyers etc

Een DIVERS publiek heeft andere drempels -

Persona's kunnen helpen bij bepalen van comm-middel

PERSONA

Maak persona's van verschillende doelgroepen die je al bereikt en andere die je zou willen bereiken (voorbeeld zie bijlage)

Samenvatting

-Betrek artiesten/bedenkers/organisatoren van event er vanaf het begin bij hoe het event naar buiten gebracht wordt

-deel met hen de verantwoordelijkheid voor vinden publiek/verspreiden promo

-omkader niche events

-bepaal samen met de artiesten je (ideale) doelgroep (eventueel dmv persona's)

-luister naar de doelgroep

-kijk kritisch naar hoe je je doelgroep representeert

-bind je publiek aan je door samen te werken met partners, vrijwilligers en ambassadeurs/sleutelfiguren

-Ken je drempels en wees niet bang om het helemaal anders aan te pakken

-laat je publiek niet alleen kijken maar ook participeren (dmv workshops, interactieve expo's) waardoor ze zich meer deel voelen met de organisatie ipv enkel toeschouwer te zijn.