

CRESTART

CREATIVE RESILIENT LEARNING COMMUNITIES MEETING COVID



RAPPORT PROJECT RESEARCH 1

OVER DE IMPACT VAN DE COVID PANDEMIE
OP DE SAMENHANG IN LOKALE GEMEENSCHAPPEN

GEBASEERD OP ONLINE RESEARCH EN PERSOONLIJKE INTERVIEWS

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING	
PROJECT	3
PARTNERS	3
LOKALE GEMEENSCHAPPEN VAN DE SAMENWERKINGSPARTNERS	5
2. ONDERZOEK	9
2A. ONLINE ENQUÊTE	10
SAMENVATTING ONLINE ENQUÊTE	15
2B. SAMENVATTING PERSOONLIJKE INTERVIEWS	15
CULTURELE ACTIVITEITEN	16
ORGANISATIE VAN ACTIVITEITEN	17
OMGAAN MET CRISISSITUATIES	17
ALGEMENE OPMERKINGEN VAN DE PARTNERS	19
3. OVERZICHT PRAKTIJKVOORBEELDEN	20
HUNGARIJE	20
NEDERLAND	21
CYPRUS	21
BULGARIJE	22
4. ALGEMENE EVALUATIE VAN DE ONLINE ENQUÊTE EN DE INTERVIEWS	22
CONCLUSIE	24
APPENDIX	
I SAMENVATTING OPEN VRAGEN ENQUÊTE	
II INTERVIEWVRAGEN AAN STAKEHOLDERS	

1. INLEIDING

Project

De COVID-situatie bracht voor de lokale gemeenschappen onverwachte en nieuwe uitdagingen met zich mee op bijna elk facet van hun leven. Voor CRESTART namen we lokale culturele activiteiten als uitgangspunt: vanwege de lockdown en het beleid van afstand houden moesten vele culturele activiteiten worden aangepast. Dit project richt zich op deze veranderingen en alle nieuwe ontwikkelingen die de COVID-situatie in de lokale gemeenschappen teweeg heeft gebracht en die het culturele leven ook na de pandemie vorm zullen geven.

Bij het project [CRESTART](https://crestart.org) zijn partnerlanden uit Bulgarije, Hongarije, Nederland en Cyprus betrokken. Er zijn verschillende soorten lokale gemeenschappen bij betrokken: grote steden (Nicosia, Rotterdam), een stad in het grootstedelijk gebied (Érd) en een middelgrote stad (Lovech).

Het doel is de oude cohesie tradities van de lokale samenlevingen en hun overlevingskansen in de 21e eeuw te verzamelen en te begrijpen, en voorts na te gaan wat het effect is van de COVID-pandemie op de cohesie van deze lokale samenlevingen. Het partnerschap verzamelde inspirerende voorbeelden en werkte handige tools uit voor wie een verschil wil maken in zijn lokale gemeenschap en zijn omgeving wil steunen in tijden van crisis. Ga voor meer informatie naar onze website: <https://crestart.org/project-results/>

Partners



CROMO is in 2002 opgericht met als doel bij te dragen aan de lokale en regionale samenwerking van maatschappelijke organisaties, bedrijven en overheden en zo een meer participerende, actieve en democratische samenleving in Hongarije en Europa te versterken. Wij willen dat lokale organisaties goed worden geleid en effectief zijn; lokale burgers actief en betrokken zijn bij participatie; lokale gemeenschappen levendig en duurzaam zijn; de samenleving inclusief en tolerant is.



Kernwaarden van onze organisatie zijn geloofwaardigheid, verantwoordelijkheid, professionaliteit en innovatie. Wij geloven in actief burgerschap en lokale democratie en stellen jongeren in staat hun energie te mobiliseren voor de landen waar zij wonen.



C&C is een in Nederland gevestigde netwerkorganisatie die professionele onderwijs- en trainingsprogramma's realiseert op het snijvlak van kunst, educatie en maatschappij. We maken programma's voor mensen aan de rand van de samenleving en gebruiken kunst als middel om hen actiever te laten participeren. Wij zien non-formeel leren en informeel leren als een sterk instrument om deze vaardigheden en methodologieën te ontwikkelen. C&C streeft naar een zo hoog mogelijk niveau van scholing, ontwikkeling van vaardigheden en het creëren van kansen op de arbeidsmarkt voor zowel kansarmen als kunstenaars.



CARDET is een van de toonaangevende onderzoeks- en ontwikkelingscentra in het Middellandse Zeegebied met wereldwijde expertise in project ontwerp en -uitvoering, het vergroten van capaciteit en e-learning. Is onafhankelijk verbonden met universiteiten en instellingen uit de hele wereld, zoals de Yale University, de Universiteit van Nicosia en de International Council of Educational Media. CARDET heeft tal van projecten afgerond op het gebied van capaciteitsontwikkeling en planning in onderwijs en beroepsonderwijs en -opleiding, jeugdhulpverlening, volwasseneneducatie, alfabetisering, digitale hulpmiddelen, eLearning, onderwijstechnologie en sociale integratie van gemarginaliseerde groepen. Een van onze sterke punten is het vermogen om projecten in verschillende contexten zorgvuldig te plannen, te implementeren, uit te voeren en te evalueren.



Public Policies Watchdog Forum Foundation- FORUM - (opgericht 7 februari 2010) is een onafhankelijke organisatie gericht op maatschappelijk welzijn. De organisatie is een initiatief van burgeractivisten die zich inzetten voor meer transparantie, inclusie, maatschappelijke dialoog en - last but not least - beleidsvorming in Bulgarije op basis van feiten.



FORUM provokeert, katalyseert en ondersteunt processen en werkt aan ideeën die sociale verandering teweeg kunnen brengen. De missie van FORUM is het bevorderen, ontwikkelen en verdedigen van de waarden van de democratische samenleving in Bulgarije.

Local Communities

Stad waar de interviews plaatsvonden Érd, HUNGARIJE  Gebied: 60.54 km² Aantal inwoners: 69,431 Verhouding inwoners (jong/oud, werkenden)	Érd is een stad in het district Pest in het stadsgebied van Boedapest, Hongarije. Het is een stad met provinciale rechten. Érd was de snelst groeiende plaats in Hongarije tussen 1991 en 2001. Het heeft voor- en nadelen: Het ligt dicht bij de hoofdstad Boedapest, daarom gaan mensen liever naar Boedapest voor activiteiten. Érd wordt ook wel de slaapstad genoemd, burgers gaan gewoon naar huis om te slapen maar brengen er hun vrije tijd niet door. Het is een groot probleem dat het de stad ontbreekt aan gemeenschapsruimtes. Een ander probleem is dat de verschillende delen van de stad behoorlijk van elkaar gescheiden zijn. Een stad van 75.000 inwoners met een infrastructuur ontworpen voor 20.000 inwoners. Érd is een jonge stad, een slaapstad, te veel flatgebouwen en verdwijnend groen. Veel gezinnen met kleine kinderen, waaronder velen die ook weer verhuizen. De plaatselijke bevolking zegt: "Het vervoer is verschrikkelijk, de infrastructuur nog erger. Wegen zijn onbegaanbaar, trottoirs bestaan niet of zijn op de meeste plaatsen onbegaanbaar. De riolering is gebrekkig. Er zijn nog veel vuile wegen. Openbare veiligheid is ook discutabel. Qua winkels ons het niet slecht, bijna alles is er, twee keer per week is er markt. Het hangt er natuurlijk vanaf in welk deel je woont, Parktown b.v. is best aardig, maar het centrum en Old Village zijn een ramp." "Ik hou er niet van, geen leven, slechte wegen, net een dorp, maar niemand kent elkaar." Het karakter kan worden versterkt: er komen veel nieuwe mensen wonen - het is een zeer uitgestrekte vestigingsplaats - er is een authentieke dorpskern van Érd, er is een hechte dorpsgemeenschap, in de kroeg groet iedereen groet je bij naam. Het gemeentebestuur is zeer aanspreekbaar en op de bevolking georiënteerd, de burgemeester reageert onmiddellijk op FB – en geeft je het gevoel dat je mening belangrijk is. Als iemand de krant van Érd schrijft, bijv. dat hij ergens afval heeft gevonden, dan reageert de krant met een artikel. Iedereen kan het kantoor van de burgemeester binnenlopen - iedereen kan een bericht schrijven naar eender wie: burgemeester of locoburgemeester.	Populatie naar nationaliteit: (culturele achtergrond) <u>Hongaren</u> - 93.4% <u>Roemenen</u> - 1% <u>Duitsers</u> - 0.6% Anders - 0.8% Wereldbeeld / Rooms Katholiek 49.2% <u>Calvinist</u> – 14% Grieks Katholiek- 2.2% <u>Luthers</u> - 1.8% Anders (Christen) - 1.5% Anders (niet-Christen) - 0.2% <u>Atheïst</u> - 16.5%
---	--	--

Stad waar de interviews plaatsvonden: Rotterdam NEDERLAND  De meeste geïnterviewden wonen, studeren of werken in Rotterdam en zijn zowel als vrijwilliger als professional betrokken bij de organisatie van activiteiten in hun leefomgeving of nemen daaraan deel. De diversiteit van de geïnterviewden is breed, werkzaam in de zorg, management, studenten, onderzoek, journalistiek, kunstenaars, etc.	Geschiedenis: Rotterdam is een havenstad in het westen van Nederland, in de provincie Zuid-Holland. Met 588.490 inwoners (1 jan. 2021) is het na Amsterdam de grootste stad van Nederland naar inwonertal. De hele gemeente Rotterdam telt 656.050 inwoners, en de nog grotere metropoolregio Rotterdam Den Haag heeft meer dan 2,4 miljoen inwoners. Rotterdam dankt zijn naam aan een dam in de rivier de Rotte. De stad ligt aan de Nieuwe Maas, een van de rivieren in de delta die gevormd wordt door de Rijn en de Maas. De haven van Rotterdam was lange tijd de grootste ter wereld en is nog steeds de grootste en belangrijkste van Europa. Het havengebied strekt zich uit over een lengte van 40 kilometer en is een belangrijk logistiek en economisch centrum. Mede door de havenindustrie heeft Rotterdam het imago van een arbeidersstad en heeft het een zeer diverse bevolking. Nadat het historische centrum in 1940 grotendeels werd verwoest door een Duits oorlogsbombardement, is Rotterdam een bakermat geworden voor vernieuwende architectuur, waaronder de Erasmusbrug, de Kubuswoningen, het station en vele wolkenkrabbers. De stad staat ook bekend om de Erasmus Universiteit, de kunstcollecties van het Museum Boijmans Van Beuningen en de Kunsthal en de voetbalclubs Feyenoord, Sparta en Excelsior.	Populatie naar nationaliteit: (Culturele achtergrond) Nationaliteiten: <table><tr><td>Autochtoon</td><td>48.5%</td></tr><tr><td>Surinaams</td><td>8.2%</td></tr><tr><td>Turks</td><td>7.4%</td></tr><tr><td>Marokkaans</td><td>7.0%</td></tr><tr><td>Nederlandse Antillen</td><td>4.0%</td></tr><tr><td>Kaapverdisch</td><td>2.4%</td></tr><tr><td>Anders, niet westers</td><td>9.6%</td></tr><tr><td>Anders, Europees</td><td>8.3%</td></tr></table> Religie: <table><tr><td>Religieus</td><td>42.0%</td></tr><tr><td>Katholiek</td><td>14.7%</td></tr><tr><td>Moslim</td><td>13.3%</td></tr><tr><td>Protestant</td><td>6.0%</td></tr><tr><td>Anders</td><td>6.0%</td></tr></table>	Autochtoon	48.5%	Surinaams	8.2%	Turks	7.4%	Marokkaans	7.0%	Nederlandse Antillen	4.0%	Kaapverdisch	2.4%	Anders, niet westers	9.6%	Anders, Europees	8.3%	Religieus	42.0%	Katholiek	14.7%	Moslim	13.3%	Protestant	6.0%	Anders	6.0%
Autochtoon	48.5%																											
Surinaams	8.2%																											
Turks	7.4%																											
Marokkaans	7.0%																											
Nederlandse Antillen	4.0%																											
Kaapverdisch	2.4%																											
Anders, niet westers	9.6%																											
Anders, Europees	8.3%																											
Religieus	42.0%																											
Katholiek	14.7%																											
Moslim	13.3%																											
Protestant	6.0%																											
Anders	6.0%																											

Stad waar de interviews plaatsvonden: Nicosia, CYPRUS  Gebied: 111 km² Aantal inwoners: 55.014 binnen de gemeente. 330.000 in de bredere omgeving van de stad	Nicosia is de hoofdstad van Cyprus en de grootste stad van het eiland, hoewel verdeeld na de Turkse invasie in 1974. Het heeft ongeveer 55.014 inwoners binnen de gemeente en 330.000 in de bredere omgeving. Volgens de Griekse mythologie was Nicosia een sirene, een van de dochters van Achelos en Melpomene, en haar naam wordt vertaald als "witte substantie". In de oudheid was Nicosia bekend als een stadstaat genaamd Ledra, terwijl het in de loop der jaren werd bezet door de Franken, de Venetianen, de Ottomanen en de Britten, die hun sporen in de stad hebben achtergelaten. Na de tragische gebeurtenissen van 1974, met de Turkse invasie van de stad, werd Nicosia in tweeën gedeeld en dat is tot op de dag van vandaag zo gebleven. Nicosia is de financiële hoofdstad van het eiland en het belangrijkste internationale zakencentrum. Interessant is dat Nicosia in 2018 de 32e rijkste stad ter wereld was in relatieve koopkracht (UBS 2018). De stad Nicosia biedt verschillende mogelijkheden om te genieten van architectuur, geschiedenis en cultuur, lange wandelingen door de smalle straatjes van de oude stad en de volksbuurten, en de levendige straten van de hedendaagse stad. Traditionele eetcafés ("kafenias") en eethuisjes met hun heerlijke mezze gerechten zijn overal te vinden, bijna in elke wijk, maar vooral in de smalle straatjes van de oude stad. Eigentijdse of grootschalige cafetaria's en restaurants zijn er ook om hun wereldwijde gasten tevreden en gezond te houden.	Populatie naar nationaliteit (culturele achtergrond) op het eiland Cyprus Religies: Cyprus kent een grote vrijheid van godsdienst. Hoewel de meerderheid van de Grieks-Cyprioten Grieks-orthodoxe christenen zijn, zijn ook andere geloofsgemeenschappen op het eiland vertegenwoordigd, waaronder Armeniërs, maronieten en rooms-katholieken. De Turks-Cypriotische gemeenschap is overwegend islamitisch.
--	---	---

Stad waar de interviews plaatsvonden: Lovech, BULGARY	Lovech (Bulgaars: Ловеч, <u>geromaniseerd</u>: Lovech, uitgesproken [ˈlɔvɛtʃ]; is een stad in noord-centraal Bulgarije. Het is het administratieve centrum van de provincie Lovech en van de deelgemeente Lovech. De stad ligt	
--	---	--

 Gebied: 930.8 km² Aantal inwoners: 53.578 Verhouding inwoners: 65% van de bevolking is 60+	ongeveer 150 kilometer ten noordoosten van de hoofdstad Sofia. In de buurt van Lovech liggen de steden Pleven, Troyan en Teteven. Voordelen en nadelen: Lovech is een van de verontrustend ontvolkte gebieden in Bulgarije met een toenemend aandeel van de vergrijzende bevolking (boven de 65 jaar). Er is een groot maar niet volledig benut potentieel voor allerlei vormen van toerisme en biologische voedselproductie in het district. Het administratieve centrum Lovech is minder ontwikkeld dan sommige van de kleinere steden zoals Troyan, Letnica, Lesidren, enz., hetgeen te wijten is aan het feit dat de lokale economie in handen is van mensen die niet in staat zijn hun volledige mogelijkheden te ontwikkelen, maar tegelijkertijd anderen niet toestaan dat te doen, en ook aan de onwil van de lokale overheid om beleid uit te voeren ter ondersteuning van verdere en geavanceerde lokale regionale ontwikkeling. Veertig jaar geleden was de regio een industrieel centrum met veel fabrieken voor lichte en zware industrie, waaronder de enige autofabriek in Bulgarije. Er was ook een goed ontwikkelde landbouwsector. De snelle en overwegend niet transparante privatisering van de economie in de jaren '90 veranderde het industriële landschap van het district, waardoor het nog maar weinig werkende fabrieken had, een ernstig beschadigde landbouw en een enorm leger aan werklozen. Aan het eind van de jaren '90 kaapten criminele groepen de plaatselijke economie en verstikten elk ondernemersinitiatief. Tegenwoordig is de situatie een beetje anders - de criminele groepen zijn al legale ondernemers en de lokale economie is nog steeds voor een groot deel door hen ingepalmd, maar er zijn ook nieuwe initiatieven en ondernemingen die internationale erkenning krijgen - bijvoorbeeld Walltopia (de wereldwijd bekende producent van klimmuren) of Rico Style - een meubelfabrikant die enkele van de wereldberoemde hotel- en restaurantketens inricht, de voetbalclub Tottenham, Formule 1 speedway Silverstone, Wimbledon, World Trade Center in Dubai, enz. Sommige MKB's timmeren langzaam aan de weg, maar het gebrek aan gekwalificeerde en gemotiveerde arbeidskrachten houdt hun verdere groei en uitbreiding tegen. Het klinkt misschien als een paradox, maar ondanks het grote aantal werklozen kampt het bedrijfsleven nog steeds met een gebrek aan goede arbeidskrachten. Vraag en aanbod op de arbeidsmarkt komen niet overeen wat betreft vaardigheden, discipline en beloning van arbeidskrachten. De plaatselijke gemeenschap is verdeeld. De belangrijkste problemen waarmee de Lovech-gemeenschap volgens de respondenten wordt geconfronteerd, zijn het gebrek aan zakelijke mogelijkheden, het lage inkomen, corruptie en de migratie van jongeren uit Lovech naar Sofia, Varna, andere grotere steden en het buitenland. Het sociale en culturele leven in het district is vrij beperkt en beïnvloedt in vele opzichten de beslissing van jongeren om te vertrekken. Andere problemen houden	Bevolking per etnische groep (%): Bulgaren - 83.68 Turken - 3.06 Zigeuners - 4.03 Anders- 0.64 Religie (%): Orthodoks - 59.75 Katholiek - 0.53 Protestants - 0.91 Moslim - 2.31 Anders - 0.08 Geen - 6.68 Niet zelf beslissend - 7.62 Niet weergegeven- 22.08
---	--	---

	verband met het gebrek aan gekwalificeerde arbeidskrachten, het ontbreken van goede gezondheidszorg, weinig plaatsen om te sporten, geen bioscoop die aan de voorwaarden voldoet in termen van kwaliteit, gebrek aan universiteiten, slechte infrastructuur, laag geboortecijfer. Veel kleine plaatsen en dorpen hebben geen toegang tot permanente medische diensten. De geïnterviewden vinden de culturele sector in het algemeen extreem zwak en instabiel en na de Covid-crisis zelfs kwetsbaar.	
--	--	--

2. ONDERZOEK

Om meer inzicht te krijgen, heeft elk partnerland ongeveer 100 online-enquêtes en 15 diepte-interviews afgenomen.

	Hongarije	Bulgarije	Nederland	Cyprus	
Partner organisatie:	Cromo Foundation	Forum	Changes & Chances	Cardet	TOTAL
Aantal persoonlijke interviews:	12	13	17	20	62
Aantal respondenten questionnaires:	106	96	99	100	401
Aantal focusgroepen:	1	1	1	2	5

Door middel van online enquêtes en persoonlijke interviews hebben we informatie verzameld over:

- wat verbindt gemeenschappen?
- hoe en waar worden culturele activiteiten gerealiseerd en georganiseerd?
- hoe worden lokale culturele activiteiten georganiseerd, wat zijn de lokale behoeften?
- wat is de creatieve capaciteit onder de verschillende doelgroepen?

- we hebben een extra vraag toegevoegd over activiteiten voor mensen in crisissituaties zoals oorlog, vanwege de huidige oorlog tussen Oekraïne en Rusland.

De volgende evaluatie van de online-enquête bevat en vergelijkt de antwoorden van de respondenten uit de vier betrokken partnerlanden. We onderzochten of de resultaten enigszins uniform zijn, sterk uiteenlopen, en of de praktijkvoorbeelden complementair of vergelijkbaar zijn.

Hoewel we erin geslaagd zijn om een aantal best practices te vinden betreffende de culturele veranderingen voor en na COVID, zijn we van plan om tijdens het project verder te verzamelen, en we zullen proberen om culturele overeenkomsten en verschillen in de deelnemende landen te vinden. Als u meer wilt weten over de best practices, bezoek dan onze website: <https://crestart.org/project-results/>

2A. ONLINE ENQUÊTE

In de [online survey](https://docs.google.com/forms/d/16QAACyCleFZxMFfnvTaQKO1tGoZFpSS0-iF3y8yRAE0/edit), (<https://docs.google.com/forms/d/16QAACyCleFZxMFfnvTaQKO1tGoZFpSS0-iF3y8yRAE0/edit>) wordt informatie verzameld door middel van gesloten en open vragen, en een aantal stellingen.

De enquête is onderverdeeld in verschillende sectoren. U vindt de vragen in bijlage II

Sector 1: Persoonlijke informatie over de respondent

De vragen 1-8 en 16 geven informatie over het geslacht, de leeftijd, de woonomgeving en de opleiding.

Binnen de vier partnerorganisaties is ongeveer 70% van de respondenten vrouw, voor de Bulgaarse partner ligt dit iets anders: 88% is vrouw. In drie van de vier landen zijn de meeste respondenten tussen 21 en 55 jaar oud. Nederland is een uitzondering, met een sterke vertegenwoordiging van de groep tussen 21 en 34 jaar (73%).

De meeste respondenten, ongeveer 70%, wonen in de buurt van de betreffende stad in een stedelijk gebied. Tussen 60% en 80% heeft een hbo- of universitaire opleiding. Het aantal respondenten met een beroepsopleiding is beperkt tot plusminus 10%.

De meerderheid van de respondenten woont bij hun ouders of partner. Tussen de 10% en 18% woont op zichzelf. In Nederland wonen veel respondenten met andere huisgenoten, maar dat is logisch aangezien 70% van hen student is.

Opvallend is ook dat weinig of geen respondenten in een bejaardentehuis wonen, terwijl dit de doelgroep zou kunnen zijn voor wie de behoefte aan contact tijdens de COVID-tijd belangrijke informatie zouden kunnen opleveren.

Het merendeel van de respondenten heeft een betaalde baan of is zelfstandig ondernemer. Nederland geeft een ander beeld vanwege de student-respondenten.

Sector 2: Lokale culturele situatie

De vragen 9-15 geven informatie over de plaatselijke culturele situatie vóór de COVID-epidemie.

Vraag 9. In de meeste partnerlanden is er een redelijk evenwicht in het aanbod van faciliteiten: ongeveer 70% van deze faciliteiten is in meer of mindere mate beschikbaar.

Bioscoop, theatervoorstellingen springen er in positieve zin uit. Podiumkunsten blijven qua aanbod meestal achter.

Opvallend is dat 90% van de Hongaarse respondenten de aanwezigheid van het cultureel wijkcentrum noemt.

Vraag 10. Uit deze vraag blijkt dat films, theatervoorstellingen, concerten en muziekkuitvoeringen de meest georganiseerde activiteiten zijn. Folkloristische activiteiten worden volgens deze respondenten weinig georganiseerd.

Vragen 11/12/13. De respondenten geven aan dat de meeste activiteiten worden georganiseerd door de gemeente, gevolgd door de professionele organisaties en in mindere mate door vrijwilligers. Er zijn weinig of geen buurtinitiatieven.

70% van de activiteiten die worden georganiseerd zijn goed toegankelijk, maar deze toegankelijkheid neemt af naarmate de toegangsprijs stijgt. Dit blijkt voor een groot aantal deelnemers een aanzienlijke drempel te zijn.

Vraag 14. De meeste respondenten worden geïnformeerd over komende activiteiten via posters, flyers en sociale media. Kranten en radio zijn minder belangrijk.

Vragen 15 en 15.1 Er is weinig uniformiteit in de twee antwoorden per land. In Nederland, Hongarije en Bulgarije mist plus minus 70% niets in het aanbod, Cyprus 46% zegt niets te missen.

In de enquête zijn veel voorbeelden gegeven van wat men mist, maar om dit in een korte evaluatie weer te geven gaat wat te ver. Daarom wordt een lijst van activiteiten gegeven, van meest tot minder genoemd. Het totale overzicht is te vinden in het sjabloon waarin de open vragen zijn verzameld en dat bij deze evaluatie is gevoegd.

- festivals
- concerten
- activiteiten voor jongeren
- films
- sportactiviteiten

Sector 3: Voorstellen

De vragen 17 - 21 geven een aantal uitspraken over:

- cultureel aanbod
- verbinding met de samenleving
- actieve betrokkenheid van de respondenten
- creatief vermogen van de respondenten

Ze zijn relevant om de sociale impact van dit project te meten.

In het algemeen kan worden gesteld dat de meerderheid van de respondenten het eens is met de stellingen. Tussen 40% en 50% zegt het ermee eens te zijn. Plus minus 30% is neutraal. Er zijn weinig of geen uitschieters naar sterk oneens.

Bij vraag 19 valt op dat er een duidelijke meerderheid is die de stelling onderschrijft en minder respondenten kiezen voor neutraal.

Sector 4: Talent en werkgelegenheid

De vragen 22 - 23 geven informatie over de talenten van de respondenten.

Vragen 22, 22.1, 23

Respondenten uit Nederland en Bulgarije zijn minder goed in staat om specifieke talenten in te zetten. 20% geeft aan over specifieke talenten te beschikken.

In Cyprus en Hongarije zegt 50% specifieke talenten te kunnen aanbieden ter ondersteuning van culturele activiteiten.

Bij vraag 22.1 zijn veel specifieke talenten genoemd. Om enig inzicht te verschaffen wordt getracht een kort overzicht te geven van de meest genoemde talenten. Het volledige overzicht is te vinden in de bijlage "sjabloon open vragen per land".

De genoemde talenten zijn zeer divers. Er zijn deelnemers die iets kunnen betekenen in het organiseren van festivals, het geven van artistieke workshops, het willen organiseren van kooklessen, maar ook deelnemers die talent hebben voor organiseren, fondsenwerving en marketing en het organiseren van promotionele activiteiten.

In vraag 23 geven de respondenten aan hoeveel uur zij beschikbaar zijn en hun talenten in kunnen zetten voor het organiseren van culturele activiteiten. Wat opvalt is dat Nederland enige terughoudendheid toont. 38 % geeft aan 0 uur beschikbaar te zijn en 55 % geeft aan tussen de 1 en 5 uur beschikbaar te zijn. In de andere partnerlanden is de bereidheid beduidend hoger. Ongeveer 75 % geeft aan tussen 1 en 5 uur beschikbaar te zijn.

Sector 5: Vaardigheden

In de vragen 24 en 25 geven de respondenten aan welke vaardigheden zij missen en zouden willen verbeteren, omdat deze nuttig zijn voor het ontwikkelen van culturele activiteiten in hun omgeving.

De opties waaruit keuzes kunnen worden gemaakt verschillen enigszins per land, maar planning, communicatie, diversiteit, promotie zijn vaardigheden die de respondenten verder zouden willen ontwikkelen.

Naast de keuzes die zij bij vraag 24 konden aangeven, gaf ongeveer 80% aan geen behoefte te hebben aan de ontwikkeling van andere vaardigheden.

Vaardigheden die zij verder zouden willen ontwikkelen (alle antwoorden in de bijlage met open vragen) zijn hieronder opgesomd:

- digitale vaardigheden
- beroepsvaardigheden zoals lassen en tuinieren
- hoe te netwerken
- hoe om te gaan met conflicten en hoe ze te voorkomen
- fondsenwerving
- gebruik van sociale media

Sector 6 / 7: Invloed van Covid op culturele activiteiten en veranderende behoeftes

Met de vragen 26 - 26.1 wordt informatie verzameld over de invloed van COVID op bestaande culturele activiteiten.

De vragen 27 -29 verzamelen informatie over veranderende behoeften en ander aanbod tijdens en na Covid.

De respondenten gaven aan dat ongeveer 90 % van de bestaande activiteiten niet meer werd aangeboden. In Nederland lag dat iets anders met 73%, terwijl in Bulgarije 100% niet meer werd aangeboden.

Films, festivals, concerten, folklore, sport, alle activiteiten waarvoor fysieke aanwezigheid vereist is, konden niet meer worden georganiseerd voor de deelnemers.

Ongeveer 40% van de bestaande activiteiten werd in een andere vorm aangeboden. In verreweg de meeste gevallen werden verschillende activiteiten online aangeboden:

- online cursussen
- online film
- online concerten
- online workshops
- online pub quiz

Fysieke activiteiten konden soms wel doorgaan, maar met een beperkt aantal deelnemers en binnen een afstand van 1,50 meter.

Ongeveer 25% van de respondenten uit drie landen gaf aan dat er tijdens de covid epidemie andere activiteiten waren ontwikkeld. In Bulgarije is dit 8%.

De nieuw ontwikkelde activiteiten waren meestal online opgezet, soms voortbordurend op bestaande fysieke activiteiten zoals hierboven vermeld, maar ook volledig nieuwe initiatieven zoals:

- bierwinkels in plaats van cafés
- samen online sporten
- buurtinitiatieven om elkaar te helpen
- allerlei workshops in de buitenlucht
- zorg voor het klimaat door een combinatie van wandelen en buiten schoonmaken.

De behoefte aan culturele activiteiten is door de COVID-crisis veranderd. Plus minus 40 % van de respondenten is het hiermee eens en ongeveer hetzelfde percentage heeft geen mening.

Sector 8 Bereidheid om de lokale gemeenschap te ondersteunen en creatieve oplossingen die mensen verbinden in tijden van crisis

Vragen 30-31 Er werd informatie verzameld over de bereidheid van de respondent om in crisistijd een actieve rol te spelen in de plaatselijke gemeenschap.

In vraag 31 is informatie verzameld over praktijkvoorbeelden, innovatieve ideeën, creatieve oplossingen en nieuwe culturele activiteiten die als gevolg van de covid crisis zijn ontwikkeld.

De helft van de respondenten wil een actieve rol spelen in de lokale gemeenschap tijdens een crisis. Ongeveer 40% staat hier nog neutraal tegenover, maar met de juiste aanpak kunnen zij een inzetbaar potentieel vormen.

Er werden allerlei goede voorbeelden en creatieve oplossingen aangedragen:

- online bingo, muziekquizen
- stadswandelingen
- digitale bijeenkomsten op allerlei gebieden
- online hulpverlening voor mensen met speciale behoeften
- buurtbarbecues
- speciale ondersteuning voor ouderen
- fondsenwerving voor het plaatselijke ziekenhuis
- meer samenwerking tussen overheidsinstellingen en vrijwilligersorganisaties

Sector 9 Hoe kun je mensen die een oorlog ontvluchten ondersteunen

In vraag 32 wordt informatie verzameld over nuttige activiteiten, acties, hulpmiddelen en steun voor mensen die de oorlog tussen ontvluchten, bv tussen Rusland en Oekraïne (best practice voorbeelden).

De respondenten hebben hun betrokkenheid bij een groot aantal creatieve activiteiten en mogelijke initiatieven die ondersteunend kunnen zijn voor mensen die de oorlog ontvluchten onderbouwd:

- samen creatieve activiteiten organiseren, zoals dans, festivals en workshops
- activiteiten organiseren voor en met kinderen
- folders maken met verschillende vertalingen over elk onderwerp
- huisvesting en werk aanbieden
- aanbieden van onderwijs
- fondsenwerving en donaties
- inzameling van eerste levensbehoeften
- verhalen vertellen
- het gebruik van Facebook voor communicatie

Dit zijn slechts enkele voorbeelden. Een volledig overzicht is te vinden in de bijlage met open vragen

SAMENVATTING VAN DE ONLINE ENQUÊTE

Na vergelijking van de vragen van de deelnemende respondenten kan de algemene conclusie worden getrokken dat de covid-epidemie in alle landen grote gevolgen heeft gehad voor het aanbod van culturele activiteiten in de respectieve leefomgevingen. Maar het is ook duidelijk geworden dat men niet in apathie vervalt, maar juist samenwerkt om creatieve oplossingen te vinden voor de ontstane situatie. Veel bestaande activiteiten zijn omgezet in digitaal online aanbod, maar er zijn ook nieuwe activiteiten ontwikkeld die tot ver na de pandemie kunnen worden gebruikt. Mensen lijken bereid deze nieuwe activiteiten te initiëren en willen hun talenten en vaardigheden inzetten.

Wel valt op dat de tijd die mensen beschikbaar hebben voor een actieve rol binnen de activiteiten beperkt is.

Voor de meeste vragen zijn er geen grote afwijkingen in de verschillende landen. De afwijkingen die zich wel voordoen zijn toe te schrijven aan de soms ongedifferentieerde samenstelling van de respondenten. In Nederland is 70% van de respondenten student, wat een doorslaggevende invloed heeft op de afwijkingen.

De antwoorden op vraag 32, onderverdeeld in tools, de activiteiten en de te nemen acties, geven aan dat in alle landen het besef bestaat dat vluchtelingen uit oorlogsgebieden steun nodig hebben, niet alleen financiële steun, maar ook activiteiten die een positieve invloed kunnen hebben op hun welzijn.

2B. SAMENVATTING VAN DE PERSOONLIJKE INTERVIEWS

GEBASEERD OP DE RAPPORTEN UIT DE VIER LANDEN

In de 4 partnerlanden werden interviews afgenomen. Aanvankelijk zouden er vijf interviews per partner zijn, maar omdat het moeilijk bleek de doelstelling voor het aantal online enquêtes te halen en de resultaten van de interviews kwalitatief interessant waren, werd besloten dit aantal te verhogen. Elke partner heeft tussen de 10 en 15 interviews afgenomen.

Aan de hand van een template vatte elke partner deze interviews met de belangrijkste stakeholders van de pilotgebieden samen, zoals de burgemeester, de verantwoordelijke van het culturele centrum, het hoofd van het lokale museum, organisatoren aan de basis, vrijwilligers die buurtactiviteiten opzetten, de CEO van lokale ngo's. Deze overzichten vormen de basis van deze samenvatting.

Om een duidelijk beeld te krijgen van hoe de culturele activiteiten voor en tijdens Covid werden georganiseerd in de partnersteden Érd (Hongarije) en Nicosia (Cyprus) Rotterdam (Nederland), Lovech (Bulgarije) en welke invloed Covid heeft gehad op de activiteiten, wat we ervan hebben geleerd enz. is het verhelderend en leerzaam om de afzonderlijke samenvattingen van de partnerlanden te lezen.

De algemene samenvatting is gebaseerd op 4 thema's met een aantal vragen die als leidraad dienen voor de samenvatting.

Omdat de vragen een leidraad zijn en niet alle partners deze leidraad formeel hebben gevolgd, is het niet mogelijk alle vragen eenduidig te verwerken.

Culturele Activiteiten

- de belangrijkste elementen van de activiteiten
- de doelgroep waarop zij gericht zijn
- hoe lang de activiteit bestaat
- de verhouding tussen professionals en vrijwilligers
- het soort omgeving waarin wordt gewerkt (sociaal/cultureel)

In de partnerlanden zijn de activiteiten gericht op

- het creëren van verbinding binnen de gemeenschappen/samenleving
- doelgroepen met speciale behoeften
- culturele/sociale activiteiten die voor iedereen toegankelijk zijn en het welzijn van de deelnemers positief kunnen beïnvloeden

De doelgroepen zijn zeer divers, maar vergelijkbaar in de vier landen, van indeling naar leeftijd tot doelgroepen met een zeer specifieke hulpvraag.

Er zijn ook veel algemene activiteiten die niet voor een specifieke doelgroep worden georganiseerd, maar vrij toegankelijk zijn.

Twee van de partnerlanden geven aan dat de activiteiten al langer bestaan en ingebed zijn in het culturele/sociale aanbod van de stad of regio.

In Nederland hangt dit sterk samen met de multiculturele samenleving waarin de meeste culturen hun eigen activiteiten organiseren.

In Hongarije komen de activiteiten voort uit de directe behoefte van de gemeenschap en zijn ze weinig gericht op folklore.

In het algemeen zijn er meer vrijwilligers betrokken bij het organiseren van de activiteiten in de lokale gemeenschappen, die in sommige gevallen worden begeleid door een professional. Naast NGO's zijn ook overheden betrokken, maar meestal niet als het gaat om het organiseren van activiteiten voor doelgroepen met speciale behoeften.

Organisatie van Activiteiten

- Hoe hebben de activiteiten zich tijdens Covid ontwikkeld?
- Wie waren de meest actieve spelers, organisaties van actieve burgers?
- Werden ideeën van deelnemers gebruikt?
- Welke rol speelden digitale media?

Vanwege de Covid-epidemie werden bijna alle culturele en sociale activiteiten in de partnerlanden, waarbij deelnemers fysiek aanwezig aanwezig moesten zijn, stopgezet. Sommige van deze activiteiten werden omgezet naar een online versie als de activiteit zich daarvoor leende.

Dit kon niet van de ene op de andere dag worden gerealiseerd omdat er eerst een aantal barrières moest worden overwonnen. Zowel de deelnemers als de organisatoren waren niet voorbereid op een digitale vorm. Het ontbrak hen aan vaardigheden, kennis, middelen, zoals wifi en computers, en de financiële middelen die nodig waren om deze nieuwe omgeving geschikt te maken voor een online aanbod. Bovendien waren de overheidsinstanties zwaar belast door de uitbraak van corona, zodat zij niet rechtstreeks konden deelnemen aan de veranderende hulpvraag.

De activiteiten in de partnerlanden worden hoofdzakelijk door vrijwilligers en NGO's georganiseerd.

Ideeën van vrijwilligers en deelnemers weerspiegelen de behoeften en vormen de leidraad voor de te organiseren activiteiten.

In Cyprus is weinig gezocht en geluisterd naar ideeën van deelnemers en vrijwilligers, maar de overheid heeft de meest populaire activiteiten online georganiseerd.

In de andere partnerlanden speelt de overheid ook een rol bij het organiseren van de meer algemene online activiteiten waarbij overheidsgebouwen zoals theaters, musea en bibliotheken een rol spelen.

In alle partnerlanden hebben digitale media een belangrijke rol gespeeld bij het aanbieden en organiseren van culturele en sociale activiteiten.

Zonder Zoom, Teams, Facebook en vele andere platforms zou deze lockdown periode een grotere impact hebben gehad op het welzijn van de gemeenschap en het individu.

Dit neemt niet weg dat deze digitale media niet voor iedereen toegankelijk zijn geweest, waardoor bijvoorbeeld doelgroepen met specifieke behoeften wellicht minder betrokken zijn geweest bij de activiteiten binnen hun sociale omgeving, met alle gevolgen van dien.

Omgaan met crisissituaties

- De invloed van Covid op de activiteiten
- Zijn er nieuwe initiatieven ontstaan door covid?
- Zijn er activiteiten die breder toepasbaar zijn in tijden van crisis of oorlog?
- Onderwerpen waar verbetering nodig is.

Zoals eerder aangegeven werden verreweg de meeste activiteiten in de partnerlanden stopgezet of met enige vertraging in een online-omgeving aangeboden.

Het werd echter duidelijk dat een aantal activiteiten niet geschikt kon worden gemaakt voor een online-omgeving. Bijvoorbeeld voor doelgroepen met specifieke behoeften, waar fysieke aanwezigheid niet kon worden vervangen door een digitale omgeving.

De covid-epidemie heeft ons ook de flexibiliteit en het creatieve vermogen van onze samenleving getoond. Er werden veel nieuwe activiteiten geïnitieerd en bestaande activiteiten werden in een andere vorm georganiseerd. Zowel de online enquête als deze interviews lieten zien dat mensen openstaan voor het helpen van anderen, het nemen van initiatieven en het zorgen voor

hun gemeenschap. Niet alleen zijn er veel nieuwe initiatieven die van belang kunnen zijn voor het sociale en culturele leven van de gemeenschap na Covid.

Daarnaast hebben deze nieuwe initiatieven ook meer inzicht gegeven in de omgang met vrijwilligers. Door middel van evaluaties en signaleringen zijn ook de behoeften van de organisatie en de vrijwilligers in beeld gebracht en zijn nuttige adviezen voor de toekomst

gegeven. Ter verduidelijking werden door de Hongaarse partner een aantal succesfactoren genoemd..

Enkele van de succesfactoren:

- blijf zoeken naar verbindingen met de gemeenschap
- zoek naar behoeften van deelnemers, vrijwilligers en organisaties
- zorg voor een goede teamgeest onder de collega's
- vertrouw erop dat alles wordt opgelost of uitgewerkt.
- iedereen moet doen wat hij graag doet -geen dwang- om de interne motivatie levend te houden.
- werk altijd in tweetallen - dan heb je niet alleen de verantwoordelijkheid.
- veel communiceren binnen het team
- voortdurend brainstormen
- kunnen we dit nu doen?
- de organisatoren moeten een goed gevoel hebben over de activiteit die ze organiseren.
- zorgen voor een goede interne communicatie tussen de teamleden.
- het draait om de samenwerking, het is niet voldoende om een project op te zetten, je moet het laten slagen, je moet een drijvende kracht hebben, je moet het voeden en aanmoedigen, je moet ideeën inbrengen
- iedereen heeft een duidelijk omschreven rol
- relaties tussen leeftijdsgenoten zijn heel belangrijk in het dagelijks leven

In de interviews (ook online) werd duidelijk dat Covid vrijwilligers en organisaties zich op een aantal gebieden verder moeten ontwikkelen om in deze vernieuwde omgeving kwalitatief goede sociale en culturele activiteiten te kunnen blijven aanbieden aan hun community.

Het veranderende aanbod en de nieuwe activiteiten vereisen andere vaardigheden en talenten. Zowel in de online enquête als in de interviews werd duidelijk dat hier nog een ontwikkeling in positieve zin te maken is.

Voorbeelden van vaardigheden en talenten die extra aandacht zouden moeten krijgen zijn

- hoe deelnemers gemotiveerd te houden
- fondsenwerving
- marketing, hoe creëert een NGO een merknaam?
- teambuilding activiteiten om vrijwilligers gemotiveerd te houden
- ontwikkelen/trainen van digitale vaardigheden
- digitale omgeving ontsluiten

Algemene opmerkingen van de partners

- Kunnen andere organisaties profiteren van de verworven kennis?

- Kunnen de activiteiten worden overgedragen en benut in andere Europese crisissituaties?
- Te leren lessen en dingen die beter kunnen
- Praktijkvoorbeelden die een meerwaarde kunnen bieden

De partnerlanden geven aan dat de uitkomsten van de interviews en de online enquête van meerwaarde kunnen zijn voor de organisatie van sociale en culturele activiteiten op lokaal en regionaal niveau.

Sommige van de opgedane ervaringen verschillen per partnerland, maar de kenmerkende aspecten kunnen worden samengevat in de termen CONNECTIE, COHESIE, WAARDERING, MOTIVATIE, BEHOEFTE.

Zij geven aan dat als er sprake is van de overtuiging van een gemeenschappelijk belang, mensen eerder gemotiveerd zijn en in beweging komen. Een zekere mate van verantwoordelijkheid en kunnen meedenken in het proces vergroot de betrokkenheid van deelnemer en vrijwilliger.

Zoek naar de werkelijke behoeften en betrek mensen bij dit proces.

Degenen die als vrijwilliger het programma organiseren moeten tijd en gelegenheid hebben om te genieten van het programma dat zij hebben georganiseerd.

Begin zelfs niet aan een project als er niet minstens 2 vrijwilligers geïnteresseerd zijn om het te organiseren. Doe niet te veel moeite om iets te organiseren waarvoor in het begin niet genoeg middelen zijn.

Naarmate de digitale omgeving verandert, moeten organisaties ook investeren in de opleiding van hun personeel en de modernisering van hun faciliteiten en diensten.

Bijscholen en digitaal bijspijkeren is dus een must voor deze organisaties (en nog veel meer), vooral als zij willen dat hun activiteiten brede erkenning en invloed krijgen en duurzaam en overdraagbaar zijn in andere internationale contexten/crises.

Een 'Chitalishte', Cultureel centrum biedt grote kansen om te helpen bij de toegang tot diverse online culturele evenementen en kan een samenwerking en netwerken van culturele organisaties en sociale dienstverleners tot stand brengen. Hierdoor kunnen ouderen en mensen uit kwetsbare groepen online werken en andere culturele evenementen op lokaal niveau bereiken.

Als je deze ondersteuning te veel verpakt in gestructureerde programma's, zullen mensen een afwachtende houding aannemen in plaats van initiatief te nemen, omdat ze ervan uitgaan dat het toch wel wordt georganiseerd.

In de context van de crisis in Oekraïne en de oorlog kwamen in de interviews geen vernieuwende elementen naar voren. De geïnterviewden gaven aan dat het verzamelen van eerste levensbehoeften, het bieden van een veilige omgeving, het organiseren van onderwijs en een dagbesteding en activiteiten die een band creëren tussen vluchtelingen en gemeenschappen de activiteiten zijn die het verschil kunnen maken.

Aan de andere kant zijn er tijdens de covid-epidemie verschillende nieuwe initiatieven ontstaan die ook in de toekomst een meerwaarde kunnen geven aan het culturele en sociale aanbod van activiteiten.

3. OVERZICHT PRAKTIJKVOORBEELDEN

HUNGARIJE

- leden van een koor zingen thuis en - maken een gemeenschappelijke online video van individuele liedjes.
- online veiling. Elke maand wordt iemand uitgekozen die verschillende items verzamelt waarop geboden kan worden.
- Facebook posts voor verschillende leeftijdsgroepen door het buurthuis
- deel maaltijden: werd geïntroduceerd tijdens de pandemie, toen moeder in het ziekenhuis lag en vader alleen was met kinderen, ze kookten voor het gezin.
- bord voor verse moeders: In de dagen na de bevalling kreeg de kraamvrouw vier of vijf keer eten en een groot, gevlochten brood van haar vrouwelijke familieleden - de beter gesitueerden zelfs meer vaker.
- wijnproeven ging ook online, tijdens de huwelijksweek door het versturen van wijnen naar families via de post, en een presentatie van een Sommelier op Zoom.
- onze trots - elke week worden op FB leden gekozen en gepresenteerd aan de gemeenschap.
- keten van alarmeren - iedereen weet wie hij of zij moet bellen, zodat alle buurtgenoten kunnen worden gewaarschuwd in geval van een ongeval of crisis, of gewoon vragen hoe het met ze gaat
- het moet mogelijk zijn om wisselende tijden te werken. 8-5 werken is geen normale toestand voor mensen. Het is onnodig om kantoren aan te houden, deze situatie heeft aangetoond dat vergaderen online goed werkt en er geen tijd wordt verspild met reizen - dit zou een serieus voordeel van deze periode kunnen zijn
- een goed voorbeeld van het betrekken van inwoners bij de besluitvorming is de lokale overheid van Érd: zij organiseerde 3 bijeenkomsten - willekeurig gekozen buurtbewoners bespreken bepaalde onderwerpen
- participatiedebat over stedelijke vraagstukken in Érd.

Open deur initiatieven

De Vereniging 2030 heeft een online meningen kamer voor de samenleving gecreëerd, met als doel de inwoners van Érd in staat te stellen individueel melding te maken van taken, problemen en ideeën die volgens hen in hun woonomgeving moeten worden opgelost. Het is een online opinie ruimte waar elke inwoner van Érd opmerkingen kan plaatsen over zijn woonomgeving. De vereniging probeert ook vertegenwoordigers (leden van de lokale

overheid) samen te laten werken aan oplossingen door de burgers erbij te betrekken. De vereniging heeft een google-formulier gemaakt zodat de burgers hier problemen kunnen melden of vragen kunnen stellen over de stad, vervoer, alles wat met Érd te maken heeft. Ze kunnen de naam van de straat aangeven en de info wordt naar de relevante verantwoordelijke mensen gezonden die proberen het probleem op te lossen. Alle gemeentelijke problemen of klachten worden naar dit centrum gestuurd - het wordt gerund door vrijwilligers.

Veel oorlogsvluchtelingen uit Oekraïne zochten hulp in Hongarije, in dit overzicht kunt u meer lezen over de activiteiten die door NGO's worden aangeboden.

NEDERLAND

- het uitwisselen van recepten uit verschillende culturen
- verjaardagen van familie en vrienden online organiseren
- online bingo, straatcafé op Facebook
- jongeren ondersteunen ouderen bij het bijbrengen van digitale vaardigheden
- lessen en gesprekken over geestelijke en lichamelijke gezondheid online

Tijdens deze COVID-periode werden ook een aantal activiteiten gestart die saamhorigheid en verbinding in de woonomgeving creëerden zoals:

- boodschappen doen voor de burens
- steunmaatregelen voor besmettingen en isolatie
- bloemen voor gezondheidswerkers om te laten zien dat ze er toe doen.

Er zijn weinig voorbeelden van fysieke activiteiten (online yoga en trainingen) in de afgelopen periode vanwege de lock down.

Of deze activiteiten ook na de crisis impact blijven hebben, valt nog te bezien. In tijden van crisis en oorlog richten de meeste activiteiten zich op het inzamelen van kleding, voedsel en geld. Daarnaast zijn er sport- en muziekactiviteiten, ontbijtsessies georganiseerd om in contact te komen met vluchtelingen.

CYPRUS

Goede praktijkvoorbeelden die een meerwaarde kunnen bieden zijn de volgende: digital storytelling, interactieve activiteiten, online concerten, theatervoorstellingen, musicals, online fondsenwerving, enz.

BULGARIJE

De plaatselijke autoriteiten, organisaties en culturele centra moesten zich openstellen voor nieuwe initiatieven van en voor de mensen van de lokale gemeenschap, zoals de hieronder genoemde open-deur-initiatieven:

- vergaderingen (vrouwen komen samen, ze zingen lokale folklore liedjes, breien en praten

- over het dagelijks leven)
- bijeenkomsten voor het delen van zaden binnen de gemeenschap
 - gemeenschapsdiscussies en het delen van advies over het verbouwen van landbouwproducten
 - het organiseren van het kneden van brood
 - zingen
 - organiseren van activiteiten voor kinderen in de bibliotheek, tekenen, voordragen van gedichten, enz.
 - wedstrijden - tekeningen, gedichten, enz.

4. ALGEMENE EVALUATIE VAN DE ONLINE ENQUETE EN DE INTERVIEWS.

Het is moeilijk om deze twee evaluaties te vergelijken gezien de achtergrond van de geïnterviewde respondenten en de respondenten die de online enquête hebben ingevuld. In de online enquête waren de respondenten in de meeste gevallen uiteindelijk betrokkenen, terwijl de geïnterviewde respondenten vaak actief betrokken waren bij de organisatie van de activiteiten via NGO's, de overheid, vrijwilligersorganisaties enz. Ondanks deze diversiteit wordt bij de evaluatie van deze enquêtes en interviews duidelijk dat het startpunt voor de partnersteden door de Corona-epidemie eenduidig was; alle sociale en culturele activiteiten waarbij deelnemers fysiek aanwezig moesten zijn, werden stopgezet.

Hoe hiermee om te gaan tijdens de corona-epidemie was en is een uitdaging voor elke partner. Niet alleen voor de vrijwilligersorganisaties, de professionals etc., maar ook voor de bewoners die nu verstoken bleven van hun sociale en culturele activiteiten.

In beide onderzoeken werd duidelijk dat de digitale omgeving hierin een belangrijke rol speelde. Er werden nieuwe online activiteiten geïnitieerd om de verbinding in de woonomgeving in stand te houden. Van online contact met doelgroepen met specifieke behoeften tot online activiteiten die voor iedereen toegankelijk waren. Sometimes existing activities were converted to a digital environment, but new creative online activities were also initiated that can continue to play an important role in the supply of social and cultural activities in the living environment after COVID

Zowel in de online enquête als tijdens de interviews werden veel creatieve voorbeelden gegeven van best practices die effectief kunnen worden ingezet in de meeste leefomgevingen tijdens de COVID-epidemie. Daarbij was ook de bereidheid van de omgeving om nieuwe initiatieven te ontplooiën aanwezig. Ten minste 70% van de respondenten was bereid 1 tot 5 uur per week te besteden aan een sociale of culturele activiteit.

In het algemeen kan men stellen dat de COVID niet tot apathie in de leefomgeving heeft geleid, maar de bevolking heeft uitgedaagd manieren te vinden om de sociale cohesie in deze moeilijke en hectische tijden te versterken.

Aan nieuwe initiatieven en creatieve oplossingen geen gebrek, maar in een aantal situaties ontbreekt het aan middelen en vaardigheden om het aanbod in deze veranderde digitale omgeving voor een breed publiek toegankelijk te maken.

Een online aanbod vereist niet alleen digitale middelen en financiën, maar ook specifieke vaardigheden voor zowel deelnemers als organisatoren. Deelnemers en organisaties noemden vaardigheden die kunnen helpen om het aanbod van sociale en culturele activiteiten te optimaliseren en toegankelijker te maken in deze digitale omgeving. Naast digitale vaardigheden was het ook interessant om te informeren naar de vraag naar informele vaardigheden.

Zowel in de enquête als in het interview werd gevraagd naar mogelijke initiatieven in crisistijd zoals in Oekraïne. In beide enquêtes kwamen niet direct vernieuwende activiteiten naar voren. Het verzamelen van eerste levensbehoeften, zorg en onderwijs voor kinderen, deelname aan gemeenschappelijke activiteiten en het organiseren van sport- en muziekevenementen werden het meest gesuggereerd.

Als we beide evaluaties in kernwoorden/activiteiten zouden samenvatten, komen we tot de volgende lijst:

- De COVID-epidemie heeft een grote invloed op de sociale en culturele activiteiten in de leefomgeving
- bestaande activiteiten worden in een digitale omgeving aangeboden
- er ontstaan veel nieuwe ideeën en initiatieven in zowel de digitale als de fysieke omgevingen.
- bereidheid om verbindingen te zoeken in de leefomgeving
- de digitale omgeving uitrusten
- ondersteuning in de leefomgeving, bereidheid, aandacht voor elkaar
- behoeften in deze veranderende tijden: formele en informele vaardigheden
- belang van vrijwilligers en organisaties, aandacht voor vrijwilligers
- verbindingen tussen overheid en vrijwilligersorganisaties belangrijke schakel in deze moeilijke tijden.

COVID heeft naast de verschrikkingen nieuwe deuren geopend, die voor verbinding in de leefomgeving kunnen zorgen. Bestaande sociale en culturele activiteiten hebben een herstart gekregen en nieuw ontwikkelde activiteiten zijn een verrijking voor de gemeenschap.

CONCLUSIE



COVID heeft de sociale en culturele activiteiten niet stopgezet, maar ze uitgedaagd om nieuwe wegen te vinden, talenten en nieuwe vaardigheden te ontwikkelen en de gemeenschap het belang van zorg voor elkaar te doen inzien..

In het licht van de evaluatie bleken 7 woorden belangrijk te zijn en in elk rapport terug te komen:



Dit project (2021-1-HU01-KA220-ADU-000027016) is gefinancierd met steun van de Europese Commissie. Dit document geeft uitsluitend de mening van de auteurs weer en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik van de informatie in dit document.