

ART & EVERYDAY LIFE (/ART-EVERYDAY-LIFE)

THE SUNDAY PAINTER

23 Jan 2017 - Anna van Nunen



In samenwerking met het VSBfonds, Maaïke Lauwaert, Anna van Nunen (TNO,) Heske ten Cate, Fenne Saedt en veel partnerinstellingen zoals de ZomerExpo verrichtte mister Motley onderzoek naar de kunstwereld buiten de geijkte kunstinstellingen en instituten. Naar netwerken buiten de musea en galeries om, naar ontmoetingsplekken voor de amateur/deeltijd kunstenaar. Onderstaand het gehele onderzoek.

1. INLEIDING

Mister Motley vindt het heel belangrijk dat zoveel mogelijk mensen kennismaken met, meedoen aan en genieten van kunst en cultuur. Mister Motley's diepste verlangen is iedereen in de wereld te enthousiasmeren voor kunst en het denken over kunst te verruimen en daarmee bij te dragen aan een veelzijdiger wereldbeeld. In Nederland zijn er heel veel amateurkunstenaars actief bezig met de (beeldende) kunst, ook binnen het netwerk van Mister Motley. Hierin draait het met name om persoonlijke groei, engagement en passie, meer dan de behoefte te voorzien in het levensonderhoud middels kunst. Deze groep is echter diffuus en komt is als groep moeilijk zichtbaar. Het bekende onderzoek in Nederland naar amateurkunstenaars schets een beeld van de omvang, kunstvormen en grove profielen van deze groep^[1], maar er is daarnaast weinig gemeten naar de drijfveren, behoeften en positie van amateurkunstenaars in Nederland. Daarom rijst de vraag: Wat is de behoefte van de amateur? En worden deze amateurkunstenaars voldoende voorzien in hun behoeften? Wat kan Mister Motley bijdragen om de competenties van deze amateur te ontwikkelen en hun kaders te verbreden?

Dit artikel omvat een beschrijving van het onderzoek dat Mister Motley uitvoerde naar de behoeftes en positie van amateurkunstenaars in Nederland. Allereerst gaan we dieper we aan de hand van onze definitie van de amateurkunstenaar dieper in op heterogeniteit van de amateurkunstenaars, maar ook op het stigma dat aan de term *amateurkunstenaar* kleeft. Na een omschrijving van de gebruikte methodieken en de resultaten eindigen we met een korte beschouwing en conclusies naar aanleiding van de behoeftes van amateurkunstenaars in Nederland. Naast de brede en algemene conclusies zoomen we in op een advies aan Mister Motley zelf en reflecteren we op de betekenis van het onderzoek voor onze lezers en volgers.

Voordat we dieper in de methoden en resultaten van het onderzoek duiken, is het van belang om te benadrukken dat het huidige onderzoek geen representatieve steekproef biedt van de Nederlandse amateurkunstenaar, maar juist de diepte opzoekt. We hebben de enquête uitgezet onder de lezers van Mister Motley en een aantal aanverwante platformen voor amateurkunstenaars. Daarnaast hebben we er nadrukkelijk voor gekozen om door middel van een aantal diepte-interviews en gesprekken diepgang te zoeken en verder te gaan dan de cijfers en analyses naar aanleiding van de enquête. Dit is een bewuste keuze in de onderzoeksopzet. De keuze maakten we omdat we op deze manier een bijdrage kunnen leveren aan bestaande literatuur over amateurkunstenaarschap^[2] en omdat we op deze manier het meeste valide tot een advies kunnen komen dat aansluit bij de behoeftes van amateurkunstenaars.

1.2. TERM AMATEURKUNSTENAAR

Mister Motley heeft de volgende definitie gehanteerd tijdens het onderzoek: *een amateurkunstenaar is iemand die zijn kunst beoefent naast een dagtaak zoals school, werk of andere bezigheden. Kunst maken is zeer belangrijk voor de amateur maar hij is er niet elke dag de hele dag mee bezig. Veel amateurs volgen een opleiding, werken of zijn gepensioneerd en met meerdere passies bezig. Soms heeft men daar een cursus voor gevolgd, soms ook niet. De onderwerpen van de kunst verschillen enorm en lopen uiteen van*

beelden van de stad, dieren of het landschap tot meer abstracte impressies. Wat de amateur verenigt en drijft is plezier, passie, persoonlijke en artistieke ontwikkeling. Sommige amateurs verkopen hun werk, stellen het tentoon of geven het cadeau. Voor anderen is het een puur persoonlijk project.

Wij hebben gekozen voor deze uitgebreide en omschrijvende definitie, omdat de term amateurkunstenaar omstreden is. *Amateur* wordt toch vaak gezien als een nadelige term, alsof het impliceert dat de kwaliteit of waarde minder is dan dat van een professioneel kunstenaar of dat een amateurkunstenaar het niet zo ver heeft weten te schoppen als een professioneel kunstenaar. Deze vooroordelen willen wij middels deze beschrijvende definitie vermijden.

Een nadeel van deze definitie is dat deze moeilijk kwantificeerbaar is en daarom moeilijk om te zetten naar een hanteerbare definitie voor de steekproef voor de enquête. Wij hebben daarom in de enquête gekozen voor een nauwere definitie en iedereen geselecteerd die de afgelopen twee jaar kunst heeft gemaakt en zichzelf niet beschouwt als professioneel kunstenaar. Juist deze persoonlijke beschouwing van het kunstenaarschap, maakt in onze ogen of iemand professioneel of amateurkunstenaar is. In de diepte-interviews is vervolgens onze oorspronkelijke en omschrijvende definitie uitvoerig ter sprake gekomen.

2. METHODIEKEN

2.1. ENQUÊTE

Een enquête van 33 vragen is ingevuld door 1208 participanten. Deze enquête bestaat uit vijf onderdelen. Allereerst is, op basis van een verkorte definitie, gebruik gemaakt van een filter. Iedereen die de afgelopen twee jaar geen kunst heeft gemaakt of zichzelf beschouwt als professioneel kunstenaar, heeft de enquête niet verder ingevuld. Het tweede gedeelte van de enquête betreft een omschrijving van de kunstenaar. Hier werd onder meer gevraagd naar de leeftijd, geografische locatie, geslacht. In het derde onderdeel zoomden we in op de werkwijze van de kunstenaar. Onder andere de beschikbaarheid van een eigen atelier, kunstvorm, geïnvesteerde tijd en geld in het maken van kunst, maar ook in het deelnemen aan initiatieven voor amateurkunstenaars, het samenwerken met andere kunstenaars en het ruilen of verkopen van kunst. In het vierde gedeelte werd ingegaan op de behoeftes van de kunstenaar. Hierin werd gevraagd naar de behoefte aan initiatieven, online uitingen, expositiemogelijkheden, behoefte aan connectie met de professionele kunstwereld etc. Het vijfde gedeelte betrof een aantal open verdiepingsvragen, onder andere naar het concept van een online academie van Mister Motley.

Voor het grootste deel van de vragen is gekozen voor een 7-punts likertschaal (1=helemaal mee oneens 7=helemaal mee eens). SurveyMonkey is gekozen als tool om de enquête uit te zetten en de resultaten te analyseren. Voordat de enquête is uitgezet, zijn er zes pre-tests uitgevoerd bij amateurkunstenaars. Op basis van deze output is de enquête aangescherpt en verbeterd.

2.1.1. INDICATOREN

Het derde en vierde onderdeel van de enquête zijn opgesteld naar aanleiding van een aantal indicatoren. Om inzicht te krijgen in de werkwijze van de amateurkunstenaars, is gekeken naar de volgende indicatoren:

Indicator	Omschrijving
Werkplaats	Hierbij gaat het om de plek waar de kunstenaar werkt. Dit kan een atelier zijn, thuis, de openbare ruimte, stichting of school.
Tevredenheid met het eigen werk	Hierbij gaat het om het niveau van het eigen werk en de tevredenheid daarmee.
Betrokkenheid	Hierbij gaat het om de aansluiting die een persoon heeft bij de professionele kunstwereld. Voorbeelden zijn vragen naar de frequentie van museumbezoek, lezen van kunstbijlages en lidmaatschappen op magazines en voorbeelden van kunstenaars waar ze naar opkijken, zich aan spiegelen. Wat is de indruk van die wereld?
Middelen	Hier willen we meten hoeveel tijd de kunstenaar besteedt aan het werk en hoeveel geld de kunstenaar hieraan uitgeeft. Daarnaast wordt onderzocht of de kunstenaar het idee heeft dat hij voldoende tijd en geld heeft om werk te kunnen maken.
Initiatieven	Hier meten we aan welke initiatieven de amateurkunstenaar meedoet. Het kan gaan om stichtingen, opleidingen, open calls, eigen initiatieven, tonen van werk en kunstroutes.
Samenwerking	Hier meten we in hoeverre de kunstenaar werkt/contact heeft met andere kunstenaars en hoe dat contact vorm krijgt (samenwerken, samen werk maken in een gedeelde ruimte, samen naar het museum etc etc).
Verdieping en inspiratie	Hier wordt gemeten welke inspiratiebronnen de kunstenaar aanzetten tot het maken van zijn of haar werk.
Exposeren	Toont de kunstenaar zijn of haar werk? Is dat in het professionele circuit, of niet? Hoe vaak? Welke plekken?
Verkoop	Verkoopt de kunstenaar zijn werk op markten, internet of vanuit huis? Wat brengt dit op?

Voor het in kaart brengen van de behoeftes van de kunstenaars zijn de volgende indicatoren gebruikt.

Indicator	Omschrijving
Tevredenheid	Is de kunstenaar tevreden met hoe het gaat? Wat voegt het kunstenaarschap aan zijn of haar leven toe?
Doorstroom	We meten of iemand behoefte heeft om tot het professionele circuit door te dringen.
Betrokkenheid	In hoeverre hebben ze behoefte aan meer connectie met de kunstwereld? Zouden zij meer in contact willen staan, of meer willen delen?
Initiatieven	Voldoet het huidige aanbod aan de wens? Wat mist er nog?
Samenwerken	Zou de kunstenaar meer samen willen werken? Hoe en met wie?
Verdieping en ontwikkeling	Hier onderzoeken of er nog overige manieren zijn waarop de kunstenaar zich wil ontwikkelen.
Exposeren	Wil de kunstenaar meer exposeren? Is dat in het professionele circuit, of elders?
Verkopen	Wil de kunstenaar meer verkopen? Hoe?

In bijlage X is een volledige kopie van de enquête opgenomen.

2.1.2. KANALEN

De enquête is via verschillende kanalen uitgezet:

- Sociale media (van oa Mister Motley en de vele open Facebookgroepen waar mensen op elkaars schilderijen reflecteren)
- Nieuwsbrief van Mister Motley
- Nieuwsbrief van de ZomerExpo
- Diverse amateurkunstverenigingen
- Fysieke plekken zoals Kunstwinkels en Bombari Festival

2.2 Diepte-interviews

De deelnemers aan het onderzoek konden aangeven of ze benaderd wilden worden voor een diepte-interview. Op basis van de eerste analyses van de data van de enquête, is een selectie gemaakt van interviewees voor de diepte-interviews. Hiervoor is gekeken naar uiteenlopende profielen qua demografische variabelen, maar ook naar afwisseling in behoeftes en werkwijze. We selecteerden 10 deelnemers aan het onderzoek, waarvan uiteindelijk 6 personen deelnamen aan een diepte-interview.

De doelstelling van de diepte-interviews zijn tweeledig. Allereerst zijn de interviews bedoeld om meer inzicht te krijgen in de resultaten van de enquête en diepgang te geven aan het onderzoek. Daarnaast zal Mister Motley de interviews gebruiken voor het dossier over amateurkunstenaars op de website. In bijlage X is een overzicht van de vragen opgenomen.

3. UITKOMSTEN

3.1. STEEKPROEF ENQUETE

908 personen vulden de enquête in. Daarvan bleken er 446 niet aan de twee criteria voldoen om door te gaan als amateurkunstenaar. Op deze manier bleven er dus 462 deelnemers over. We hebben alleen de deelnemers meegenomen die de volledige enquête hebben ingevuld. Hierdoor vielen er nog eens 148 participanten af en kwamen we uit op een totaal van 314 deelnemers aan de enquête. Dit is de uiteindelijke steekproef voor onze analyse.

Hoewel we niet kunnen herleiden via welk kanaal de respondenten zijn binnengekomen, weten we dat het grote merendeel van de respondenten de enquête heeft ingevuld naar aanleiding van de kanalen van Mister Motley. Wanneer Mister Motley een uiting deed, schoot het aantal respondenten omhoog. Ook de nieuwsbrief van de ZomerExpo heeft naar schatting zo'n 50 respondenten opgeleverd. Hoewel er veel andere kanalen zijn benut, hebben deze slechts mondjesmaat tot reacties geleid. Ook heeft Mister Motley een aantal offline enquête neergelegd, bij Bombari Festival en Pipoos. Hierop zijn slechts twee reacties binnengekomen.

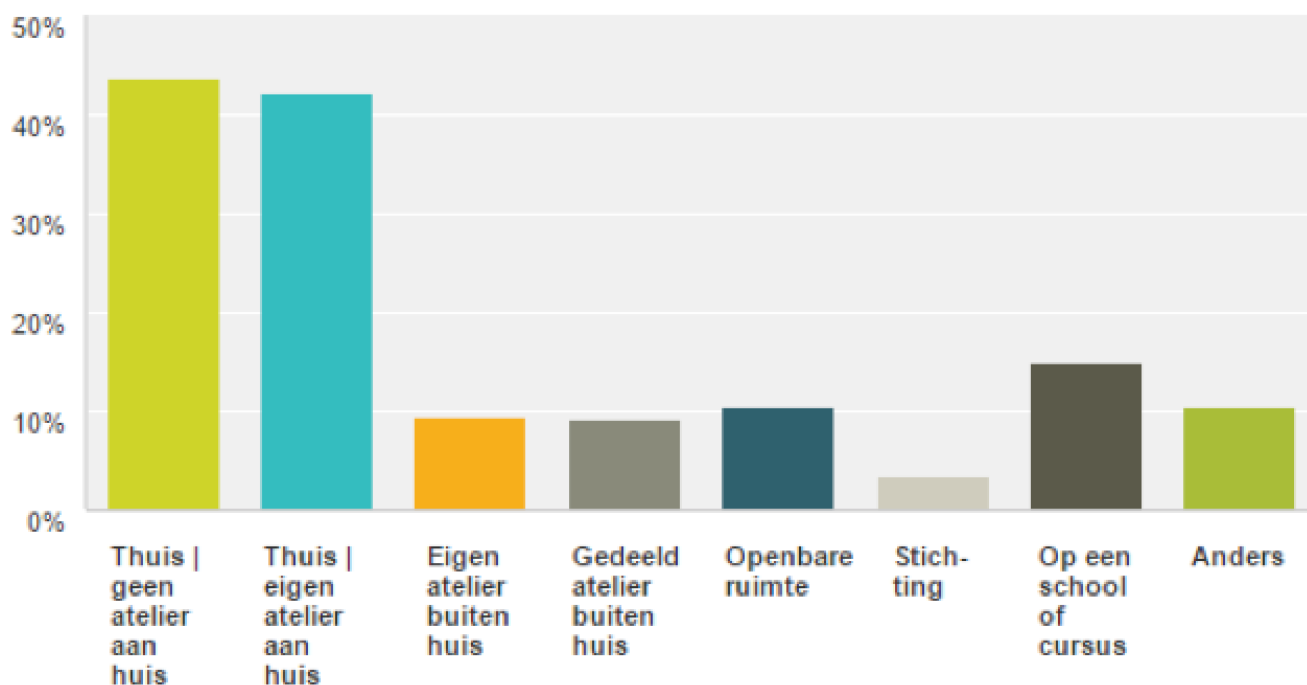
Onder de deelnemers zien we een mooie leeftijdsspreiding. 8,3% van de participanten is jonger dan 25 jaar, 8,28%, 15,3% van de participanten is tussen de 25 en 35 jaar, nog eens 15,3% is tussen de 26 en de 45 jaar oud, 23% van de participanten is tussen de 46 en de 55 jaar oud, 25,8% is tussen de 56 en 65 jaar oud en 13,4% ouder dan 65. Meer vrouwen dan mannen beantwoordden de

enquête: 74,8% is vrouw. Deelnemers komen uit alle provincies, met de meeste deelnemers uit Noord-Holland, Zuid-Holland en Gelderland. Van de deelnemers heeft 39,8% nooit een kunstopleiding gevolgd. Een andere grote groep (31,2%) volgde een HBO kunstopleiding. Een kleine groep volgde een WO of MBO kunstopleiding. Een groep van 17% gaf aan aanvullend nog een cursus, deeltijdopleiding, vooropleiding of iets anders gevolgd te hebben. 73,3% van de deelnemers schildert of tekent. Daarnaast is fotografie en film populair (31,5%) en 24,5% van de respondenten beoefent een vorm van beeldhouwen of installatiekunst. Een opvallend grote groep, ruim een kwart, gaf aan zich ook nog bezig te houden met andere kunstvormen. Hier wordt een scala aan kunstvormen genoemd, zoals keramiek, textiel, performance en multimedia.

3.2. WERKWIJZE

WERKPLAATS

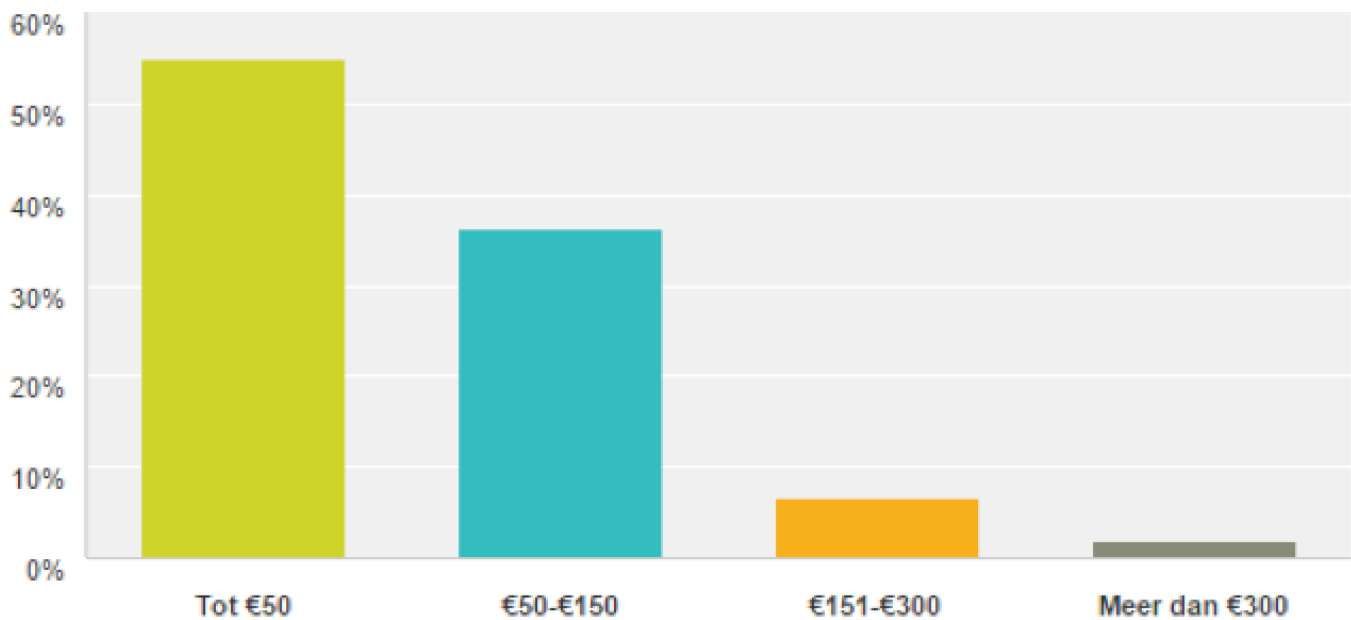
Weinig amateurkunstenaars worden vertegenwoordigd door een agentschap (94,9%). Daarnaast maakt het grootste deel van de kunstenaars eigen werk thuis, met (42,4%) of zonder (43,6%) eigen atelier. Minder vaak maken kunstenaars hun kunst op een eigen of gedeeld atelier buiten huis, de openbare ruimte of op een school of cursus. Overige populaire plekken zijn het buurthuis, bij andere kunstenaars of een open atelier.



FIGUUR 1 WERKPLAATS VAN DE AMATEURKUNSTENAAR

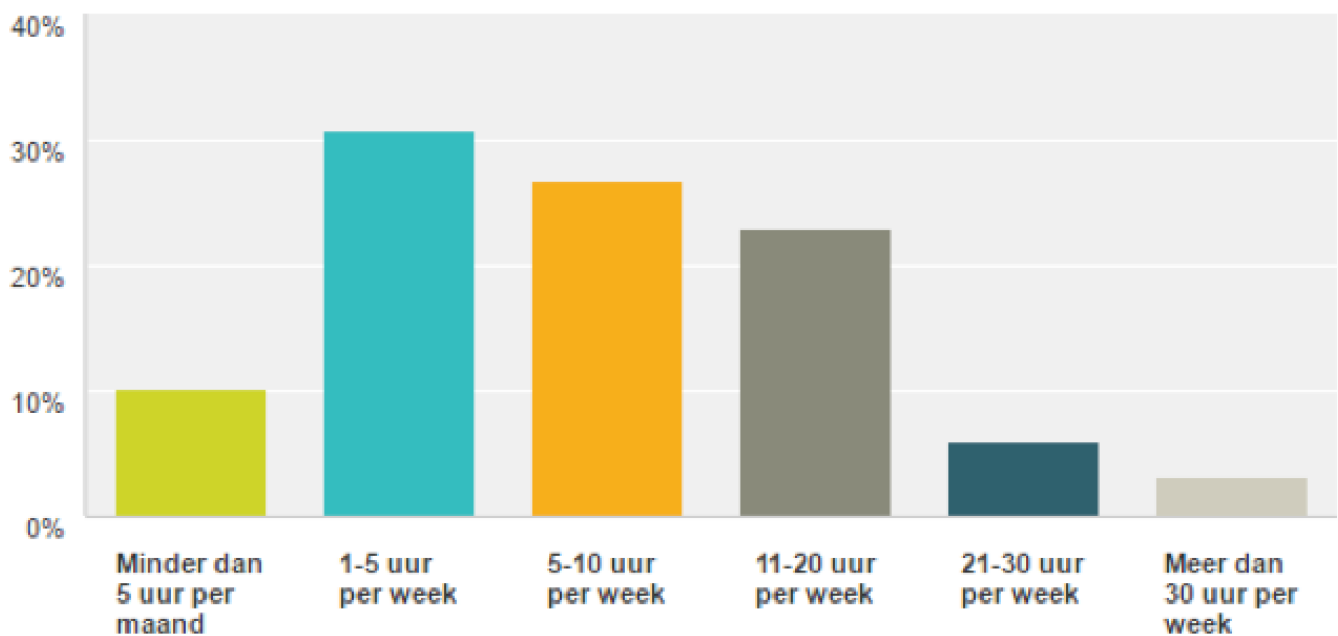
MIDDELEN

De meeste amateurkunstenaars besteden tot €50,- per maand aan hun kunst. Een aanzienlijk deel geeft daarnaast tussen de €50,- en €150,- per maand uit aan middelen voor zijn of haar kunst. Slechts 1,9% van de amateurkunstenaars besteedt meer dan €300,- per maand aan de kunst.



FIGUUR 2 UITGAVEN VAN DE AMATEURKUNSTENAAR PER MAAND

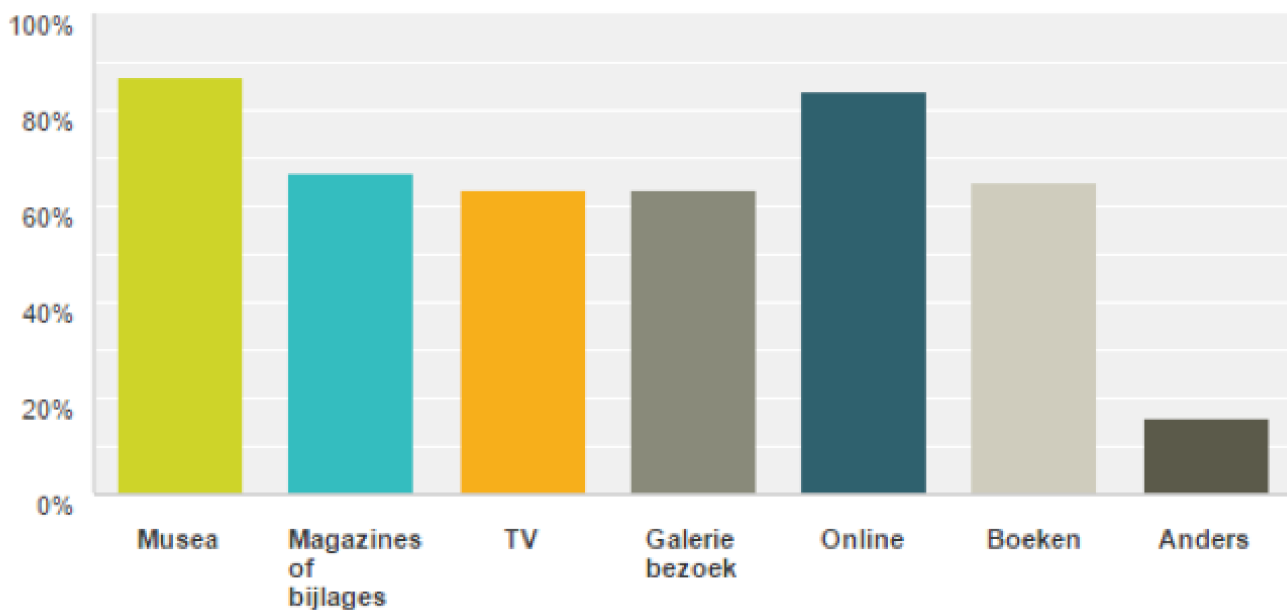
Daarnaast wordt zichtbaar dat de meeste amateurkunstenaars wekelijks met zijn of haar kunst bezig zijn. Een groot deel van de amateurkunstenaars is 1 tot 5 uur per week met de kunst bezig (30,9%). Veel kunstenaars zijn echter meer dan 5 uur per week met kunst bezig, namelijk 58,9%. Slechts een klein percentage is niet wekelijks bezig met de kunst (10,2%).



FIGUUR 3 TIJDSINVESTERING VAN DE AMATEURKUNSTENAAR

BETROKKENHEID, VERDIEPING EN ONTWIKKELING

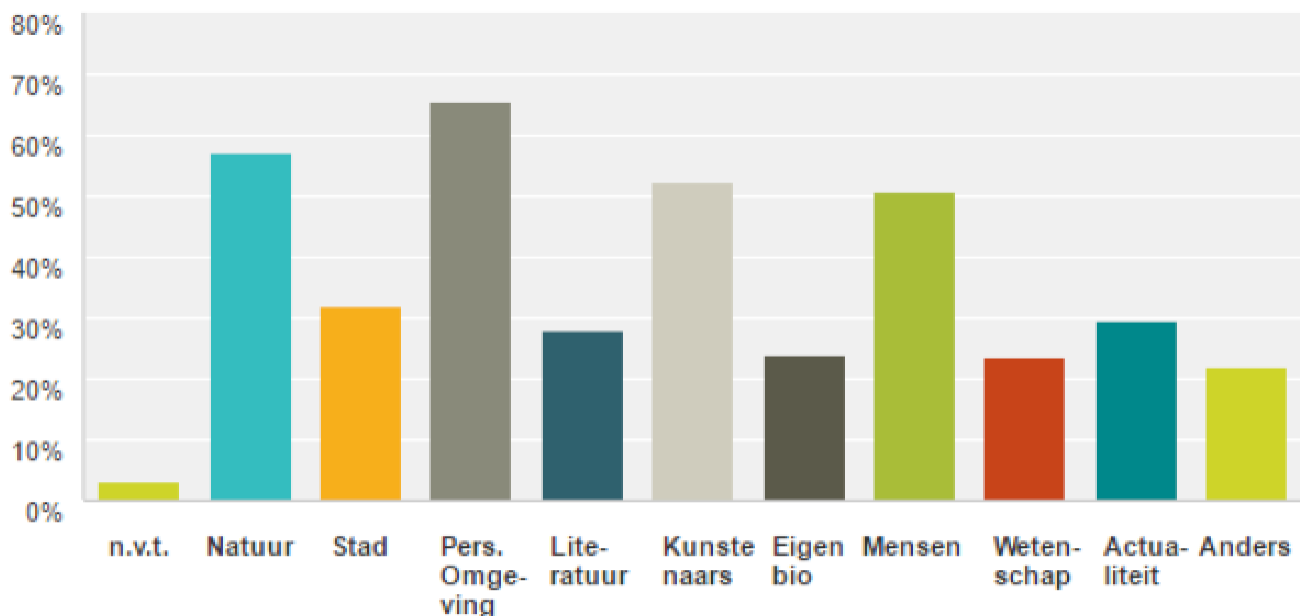
Amateurkunstenaars verdiepen zich op verschillende manieren. Het vaakst wordt gekozen voor een museumbezoek (86,9%), maar ook sociale media en websites zijn er populair (83,8%). Daarnaast worden alle andere aangeboden manieren veel gebruikt ter verdieping (kunstmagazines of -bijlages, televisieprogramma's, bezoeken van galeries en het lezen van boeken over kunst. Als overige verdiepingsmiddelen worden onder andere eindexpo's, YouTube, andere kunstenaars en lezingen genoemd.



FIGUUR 4 MANIEREN TER VERDIEPING IN DE KUNSTEN

Zoals in de overige antwoorden van Figuur 4 al aangegeven, zijn andere kunstenaars vaak een bron van verdieping en inspiratie. 86,3% van de amateurkunstenaars geeft aan zich te verdiepen in andere kunstenaars. 13,7 % van de amateurkunstenaars verdiept zich niet in andere kunstenaars. De kunstenaars die genoemd worden als verdiepingbron zijn talrijk: van Monet en Munch tot Banksy en Borremans.

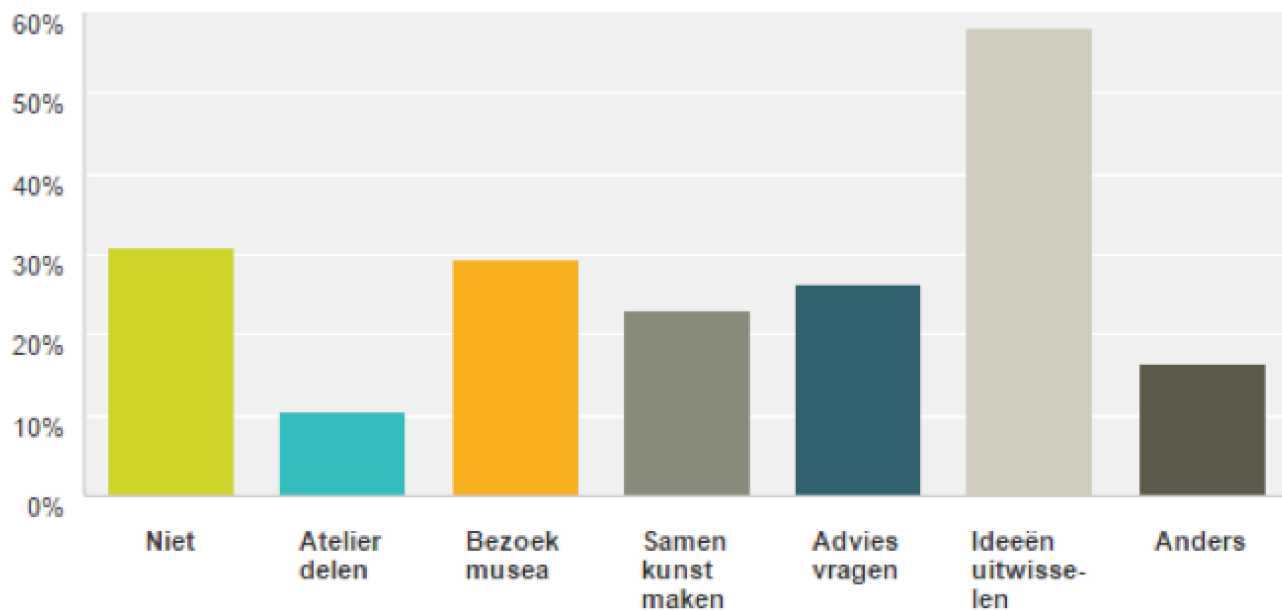
De persoonlijke omgeving van de amateurkunstenaar biedt de grootste inspiratiebron voor eigen werk (65,6%). Hierop gevolgd laten de participanten zich inspireren door de natuur (57,0%), andere kunst (52,5%) en mensen (50,6%). Als overige antwoorden worden vooral filosofie, spiritualiteit, dromen en fantasie genoemd als inspiratiebronnen.



FIGUUR 5 INSPIRATIEBRONNEN

SAMENWERKING

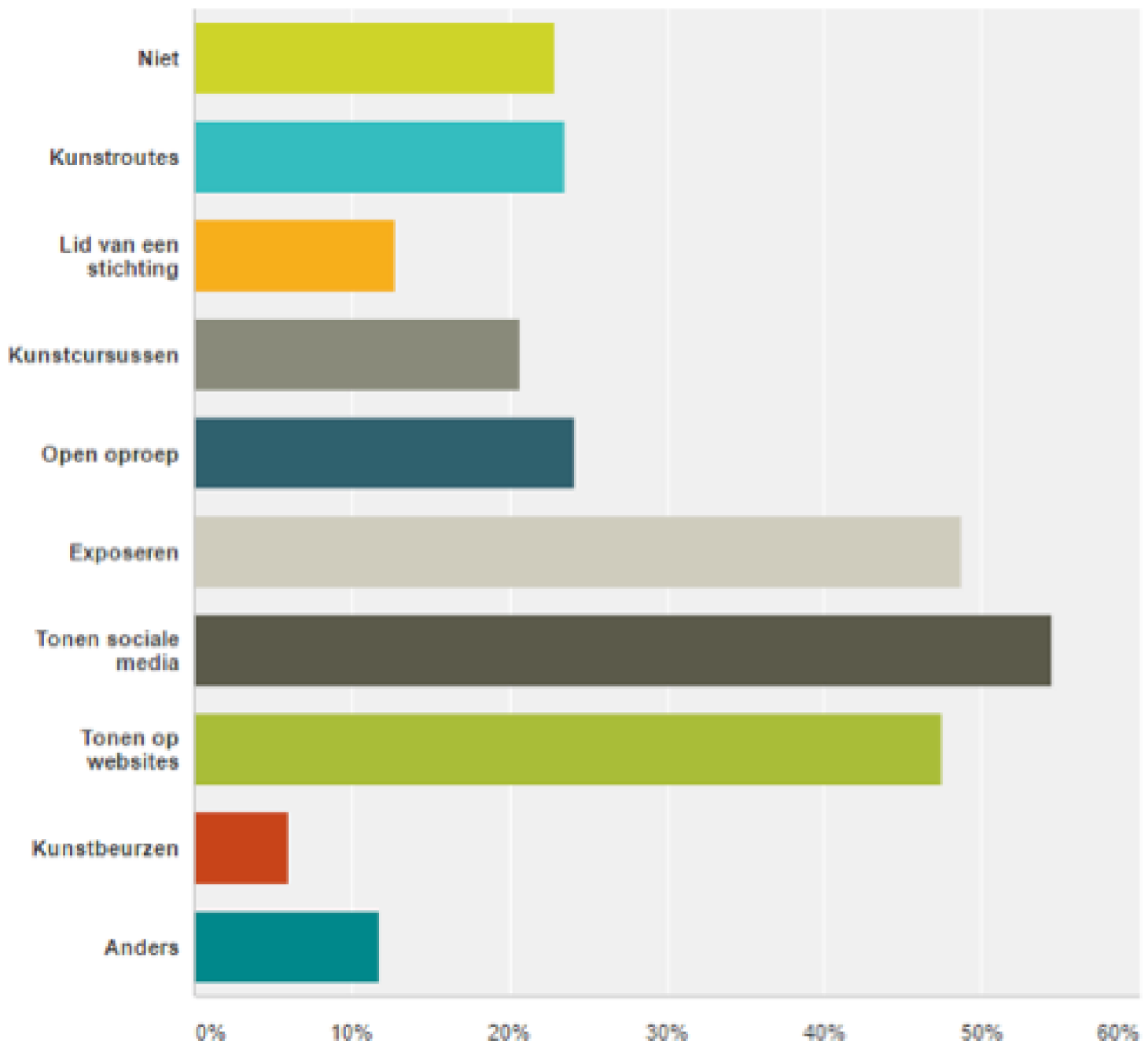
Het merendeel van de kunstenaars (69,9%) werkt samen met andere kunstenaars. Het vaakst gaat dit om het uitwisselen van ideeën en gedachten (58,5%). Als overige samenwerkingsvormen wordt vaak het organiseren van tentoonstellingen of het samen een opleiding volgen.



FIGUUR 6 SAMENWERKEN MET ANDERE KUNSTENAARS

INITIATIEVEN

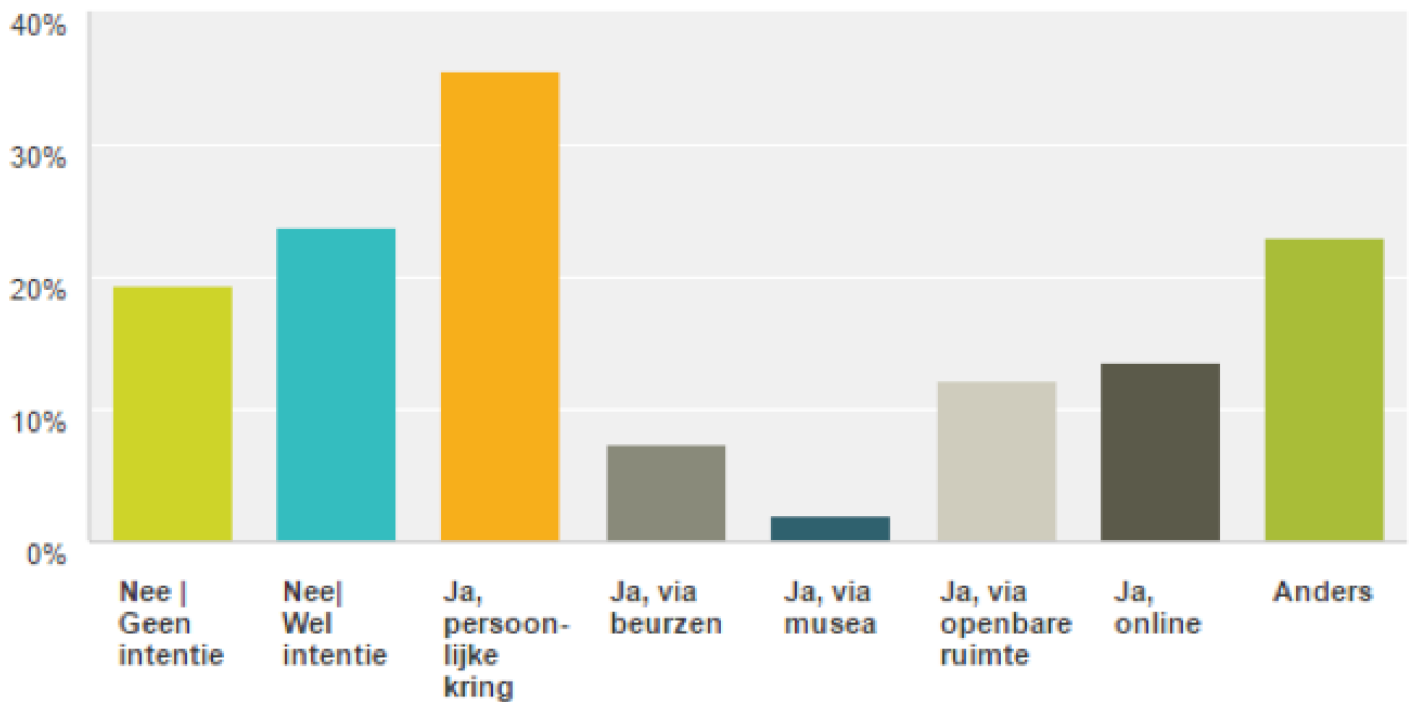
22,9% van de respondenten neemt nooit deel aan initiatieven voor amateurkunstenaars. Dit betekent dat een groot deel van de amateurkunstenaars (77,1%) wel deelneemt aan initiatieven. Opvallend is het grote aantal amateurkunstenaars dat zijn of haar kunst toont op sociale media (54,5%) en op websites (47,5%). Ook het offline exposeren is populair onder amateurkunstenaars – 48,7% van de amateurkunstenaars exposeert zijn of haar kunst. Daarnaast maakt ongeveer een kwart van de amateurkunstenaars gebruik van kunstroutes en open calls (inzenden van eigen werk).



FIGUUR 7 DEELNAME INITIATIEVEN

EXPOSEREN EN VERKOOP

De meeste respondenten tonen hun eigen werk (68,2%). 31,8% van de amateurkunstenaars toont zijn of haar kunst helemaal niet. Van dat laatste percentage geeft bijna driekwart aan daar wel behoefte aan te hebben. Dit betekent dat van het totaal aan respondenten minder dan 10% kunst maakt en dit helemaal niet wil exposeren. Qua plekken waar amateurkunstenaars hun kunst meer willen exposeren zijn de openbare ruimte, musea en galeries het meest populair. De grootste behoefte om te exposeren ligt echter bij online of op sociale media. 78,5% van de respondenten zou haar kunst op deze plek meer willen exposeren.



FIGUUR 8 INTENTIE EN MANIEREN VAN VERKOOP

56,7% van de respondenten verkoopt haar kunst. Dit levert meestal minder dan €50 euro per maand op. Bij 17% van de respondenten levert de verkoop van kunst meer dan €50,- per maand op. Ongeveer een kwart van de respondenten verkoopt haar kunst nu niet, maar heeft wel deze intentie. Een kleine 20% heeft niet de intentie om haar kunst te verkopen. Zo'n 95% van de respondenten die kunst verkoopt, of deze behoefte heeft, zou meer kunst willen verkopen. Zo'n 65% geeft zelfs aan van het kunstenaarschap te willen leven of voltijd met kunst bezig te zijn.

Het grootste gedeelte van de amateurkunstenaars die kunst verkoopt doet dit binnen de persoonlijke kring. Als overige plekken worden kunstmarkten, werk in opdracht en via een eigen atelier veel genoemd. 22,9% van de respondenten ruilt haar kunst wel eens. Vrijwel altijd is dit voor werk van andere kunstenaars, maar soms ook voor klusjes, zoals APK en andere diensten.

ONLINE EN SOCIALE MEDIA

Als we kijken naar de huidige expositiekanalen van de respondenten, zien we ook dat het tonen van werk online en op sociale media, verreweg het populairst is. Hier zien we bovendien duidelijk dat zowel kunstenaars van boven de 55 jaar oud (61,0%) als kunstenaars onder de 35 jaar oud (59,5%) vooral hun werk laten zien online en op sociale media. Dit is beduidend meer dan via andere kanalen. De tweede meest populaire optie voor het tonen van eigen kunst is in de openbare ruimte, maar dit blijft met 22,9% van de respondenten die op deze manier werk toont, flink achter op online en via sociale media. We zien bovendien dat deze offline methoden van werk tonen relatief minder populair zijn bij respondenten onder de 35 jaar oud – zij tonen hun werk minimaal op kunstbeurzen (4,1%), galerieën (12,2%) en in de openbare ruimte (16,8%). Bij oudere respondenten liggen deze percentage iets hoger.

Juist online en op sociale media is het tonen van kunst laagdrempelig. Immers, je hoeft niet te betalen voor expositieruimte, hoeft je niet in te schrijven en er is geen selectie. Motley vindt het daarom opvallend dat 78,5% van de respondenten meer zou willen exposeren op deze manier. Wanneer we dit percentage nader onderzoeken, blijkt dat de behoefte om meer online te exposeren is alle leeftijdsgroepen hoog is. Ook bij de groep 55+ers heeft 73,2% van de respondenten de behoefte om meer online en op sociale media te exposeren.

TEVREDENHEID MET HET EIGEN WERK

Over het algemeen is de amateurkunstenaar erg tevreden met de kwaliteit van het eigen werk. Op een 7-puntsschaal is het gemiddelde van de amateurkunstenaar een 5,45, hetgeen overeen komt met een beetje tevreden tot tevreden. De meeste kunstenaars geven aan dat zij tevreden zijn (85,7%) met de kwaliteit van het eigen werk. Wat opvalt is dat deze vraag positiever wordt beoordeeld naarmate met geen kunstopleiding heeft gevolgd. Namelijk, deze groep scoort gemiddeld 5,66 op deze schaal en 92,1% van de respondenten zonder kunstopleiding geeft aan tevreden te zijn met het eigen werk. Van de respondenten met een kunstopleiding is dit gemiddelde een 5,23 op de 7-puntsschaal. 79,6% van de respondenten met een kunstopleiding geeft aan tevreden te zijn met zijn of haar eigen werk.

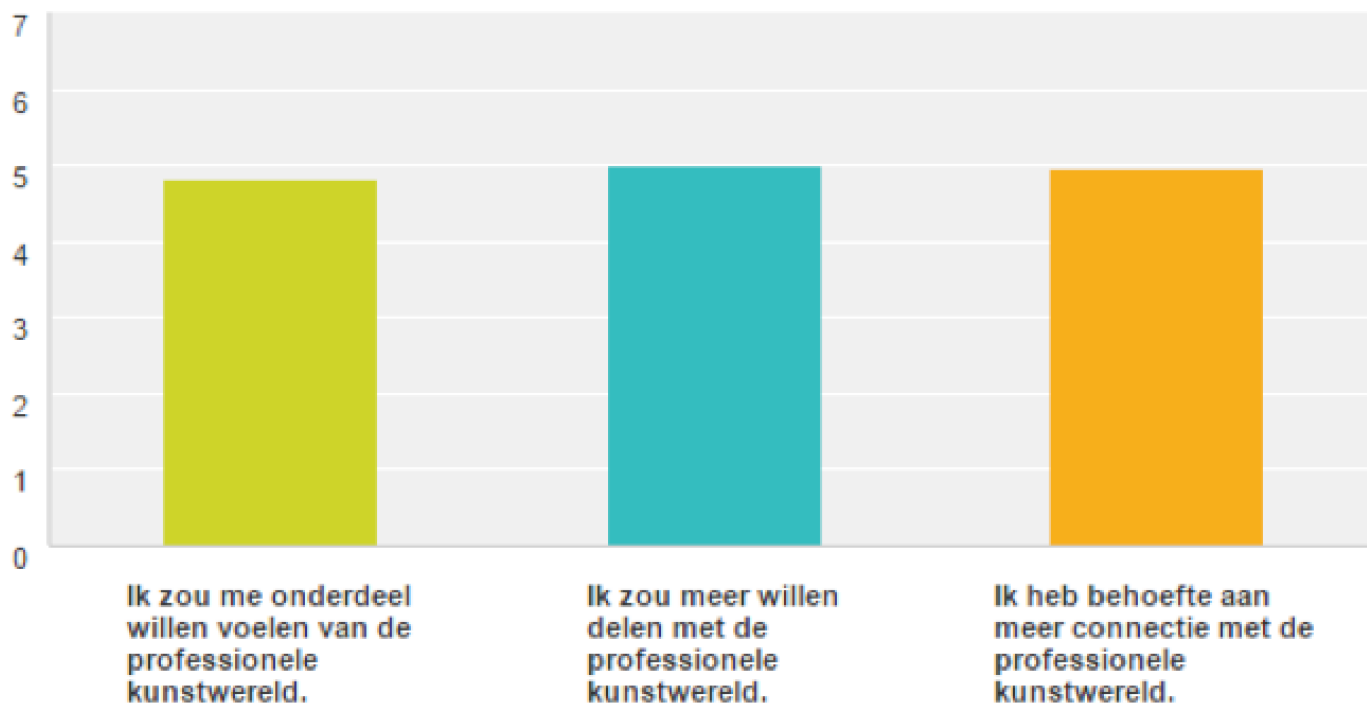
Op de vraag hoe tevreden de amateurkunstenaars zijn met de toegevoegde waarde van het kunstenaarschap aan hun leven, wordt zelfs nog hoger gescoord. Op een 7-puntsschaal wordt hier een gemiddelde gescoord van 5,9, hetgeen overeenkomt met tevreden. 43,6% van de participanten aan het onderzoek geeft zelfs aan zeer tevreden te zijn met de bijdrage van het kunstenaarschap aan zijn of haar leven.

3.3. BEHOEFTEN

De inventarisatie van de behoeften van de amateurkunstenaars is onderzocht naar aanleiding van een aantal vragen met een 7-punts likert schaal. Hierbij kregen de respondenten stellingen aangeboden en gaven zij aan in hoeverre ze het met deze stellingen eens zijn. 1 refereert naar *helemaal niet eens* en 7 naar *helemaal eens*. Daarnaast hebben we naar open input rondom de behoeftes van de respondenten gevraagd.

3.3.1. BETROKKENHEID

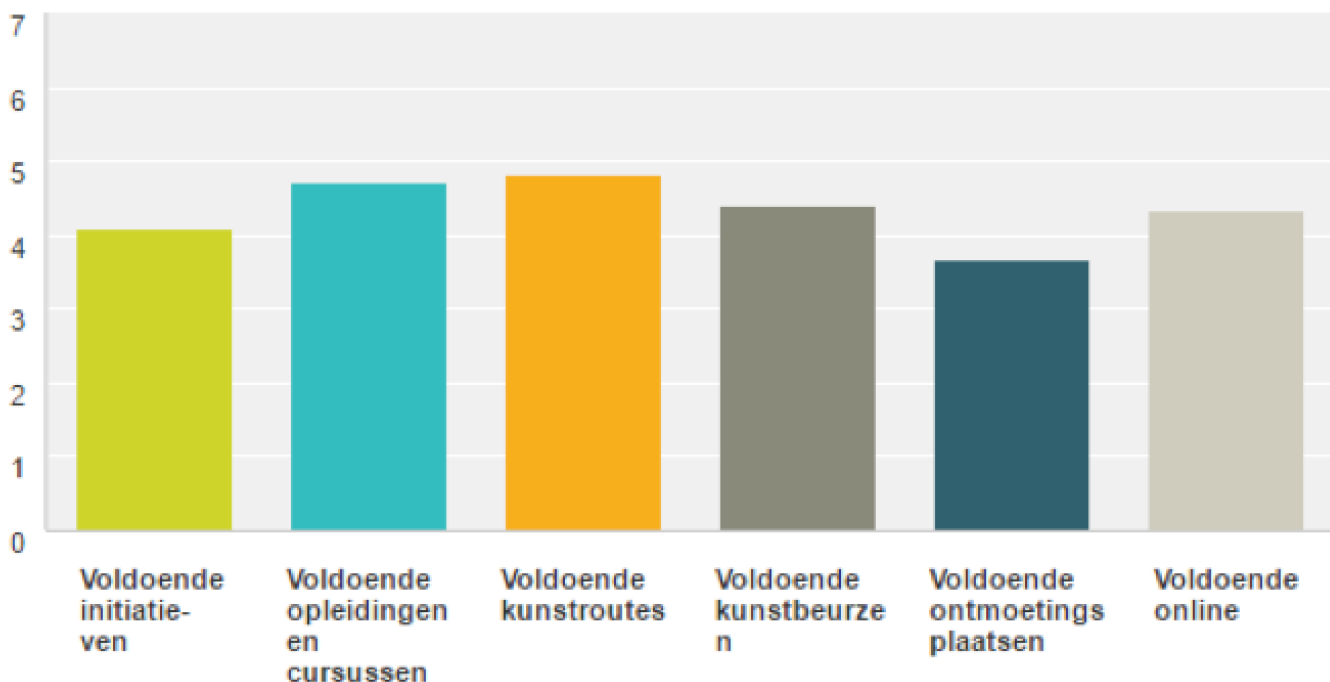
Ongeveer één-vijfde van de respondenten staat neutraal tegenover een grotere connectie en samenwerking met professioneel kunstenaars. Ook geeft ongeveer één-vijfde van de respondenten aan het niets eens te zijn met de stellingen naar de behoefte naar meer verbinding met de professionele kunstwereld. Ongeveer 60% van de respondenten geeft echter aan zich meer onderdeel te willen voelen met de professionele kunstwereld, meer te willen delen met de professionele kunstwereld en meet connectie te hebben.



FIGUUR 9 BETROKKENHEID BIJ DE PROFESSIONELE KUNSTWERELD

3.3.2. KANSEN

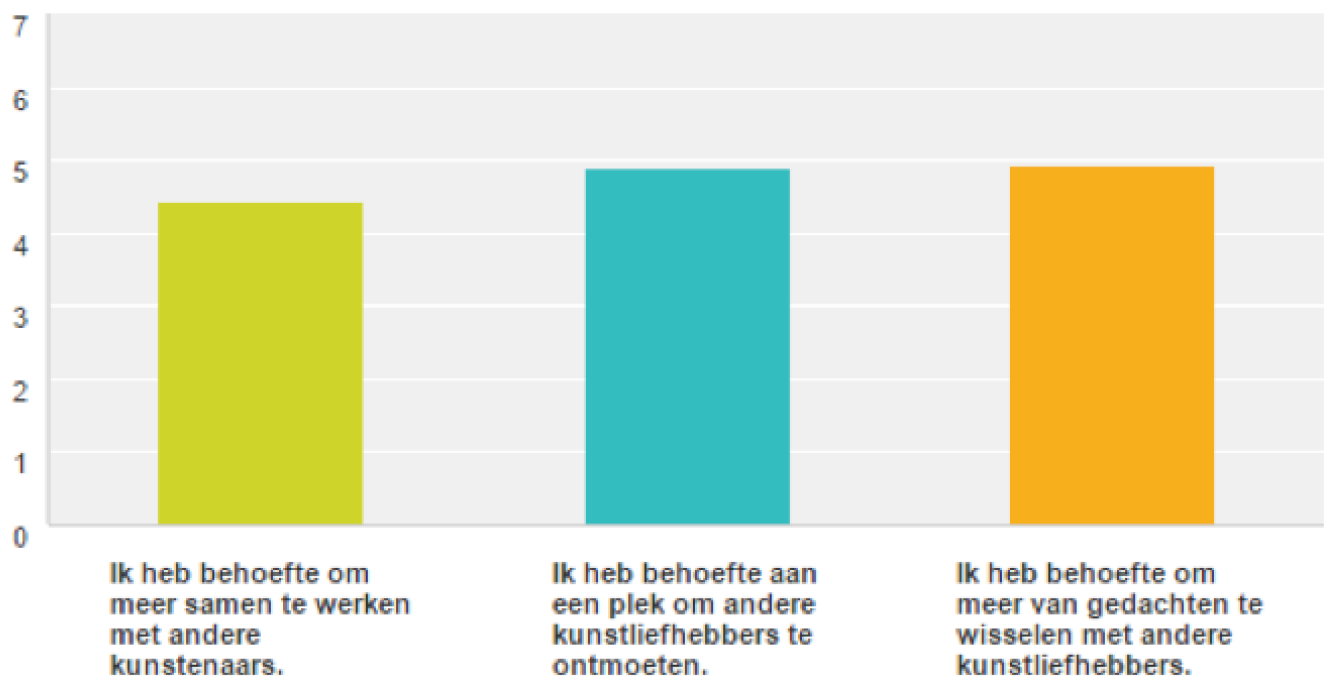
Gemiddeld genomen vinden de respondenten dat er voldoende kunstroutes, -cursussen -beurzen en -opleidingen zijn. Wat opvalt is dat er een groep is (39%) die van mening is dat er te weinig ontmoetingsplaatsen zijn, zowel fysiek als online, om andere kunstenaars te ontmoeten. Een andere grote groep (34,9%) antwoordt neutraal op deze vraag. De behoefte aan ontmoetingsplaatsen is dan ook groter dan de behoefte aan andere initiatieven.



FIGUUR 10 BEHOEFTE AAN INITIATIEVEN VOOR (AMATEUR)KUNSTENAARS

3.3.3. SAMENWERKING

Iets minder dan een kwart van de respondenten heeft geen behoefte om meer samen te werken met andere kunstenaars. Dit betekent dat ruim driekwart van de respondenten neutraal (22,4%) is op deze vraag, of wel de behoefte heeft (53,6%) om meer samen te werken met andere kunstenaars. Wanneer we deze behoefte verder specificeren, blijkt er behoefte te zijn aan een plek waar kunstenaars elkaar kunnen ontmoeten. 66,3% van de respondenten zegt hier behoefte aan te hebben. Daarnaast geeft het merendeel (71,2%) van de kunstenaars aan dat zij behoefte hebben om vaker en meer van gedachten te wisselen met andere kunstenaars.



FIGUUR 11 BEHOEFTE AAN SAMENWERKING MET ANDERE KUNSTENAARS

3.4. OPEN VRAGEN

Het merendeel (91%) van de respondenten heeft ervoor gekozen om de optionele open vragen in te vullen. Hieruit komt naar voren, in overeenkomst met de eerdere vragen naar de tevredenheid van de amateurkunstenaar, dat de kunstenaars erg te spreken zijn over datgene wat het kunstenaarschap toevoegt aan het leven. Erg vaak wordt genoemd dat het creëren van kunst tot *voldoening* leidt ("Geeft een kick als er zomaar iets nieuws ontstaat"). Daarnaast is *geluk* een veelgenoemde toevoeging van het maken van kunst aan het leven. Ook noemen veel kunstenaars de waarde die het maken van kunst heeft voor de *gesteldheid* – hier wordt het meditatieve effect en het van kunst reflecteren op de eigen identiteit dankzij het maken van kunst als reden genoemd ("Als ik in een flow zit,

vergeet ik alles). Veel mensen geven aan dat kunst maken ze blij maakt en dat het maken van kunst iets is wat zij het liefste doen (*"Kunst is mijn levensader"*). Ook de uitlaatklep die kunst biedt, bij bijvoorbeeld het kanaliseren van emoties, is een veelgenoemde waarde van kunst aan het dagelijkse leven.

In de enquête zijn we op verschillende manieren ingegaan op de behoeften van amateurkunstenaars. Middels één van de open vragen onderzochten we in hoeverre mensen op de dit moment de weg kunnen vinden naar de al lopende initiatieven. Vaak wordt hier genoemd dat er te weinig tijd is om de weg goed te vinden, naar bijvoorbeeld expositieruimte. Eerder gaven veel van de respondenten ook al aan dat zij graag voltijd kunstenaar willen zijn en meer tijd aan het kunstenaarschap willen besteden. Ook wordt vaak genoemd dat de online wereld een verademing is, omdat het zo gemakkelijker online gezocht kan worden naar initiatieven, maar ook omdat het mogelijkheden biedt voor inspiratie en tonen van kunst. Zoals we eerder al zagen en middels deze open vraag bevestigd zien, weet nog niet iedereen de weg in de online wereld goed te vinden. Regelmatig wordt er genoemd dat een centraal platform waar initiatieven samenkomen, wenselijk is. Vaak wordt ook genoemd dat veel initiatieven en expositiemogelijkheden toch vooral weggelegd zijn voor insiders en kunstenaars met een zeker niveau. Niet iedereen heeft daarom het idee dat er voldoende plek is om werk te tonen en te kunnen deelnemen aan initiatieven. Financiële hulp om te kunnen deelnemen wordt tevens vaak genoemd als toegevoegde waarde voor amateurkunstenaars. Een aanzienlijke groep geeft daarnaast aan dat zij hun weg naar initiatieven voor (amateur)kunstenaars prima kan vinden.

Mister Motley heeft de enquête afgerond met de vraag naar een reflectie op een online academie, dat zowel voor inhoudelijke input zorgt als voor uitwisseling tussen professionele, deeltijdkunstenaars en amateurs. Hierin blijkt overwegend interesse van amateurkunstenaars – het grootste deel van de responderen zegt geïnteresseerd te zijn en ongeveer een kwart reageert met enthousiaste woorden. Daarnaast roept een online academie nog veel vragen op. Het niveau komt vaak ter sprake als aandachtspunt – hoe wordt dit gewaarborgd (*"Het is fijn om input te krijgen maar moet ook wel niveau waardig zijn, niet te vrijblijvend"*). Ook zijn er veel vragen naar de kosten van een dergelijk initiatief. Ook is er veel behoefte aan een uitwisselingsaspect bij een online academie. De bezwaren tegen het gebruik van een online academie hebben vaak te maken met de mogelijkheid tot fysiek ontmoeten en elkaar werk bekijken (*"Kunst "moet" je beleven door er omheen te lopen, van dichtbij bekijken"*), die ontbreekt bij een puur online initiatief.

3.5. DIEPTE-INTERVIEWS

Motley heeft totaal 6 diepte-interviews afgenomen met amateurkunstenaars uit verschillende leeftijdsgroepen, type behoeftes, opleidingsniveau, geslacht en geografische locaties. De uitkomsten van deze diepte-interviews worden tevens gebruikt als profielen voor Mister Motley magazine. De 6 deelnemers aan de diepte-interviews reageerden allen enthousiast op de uitnodiging van Motley, omdat zij Motley zien als een gerespecteerd kunstmagazine. Ook het feit dat Motley de profielen gebruikt om uiteindelijk op de website over te schrijven, was een extra motivatie voor de deelnemers om mee te werken aan een diepte-interview. De volledige verslaglegging van alle interviews is opgenomen in bijlage X.

3.5.1. RUIMTE EN EXPOSITIE

Alle deelnemers aan de diepte-interviews geven aan dat zij behoefte hebben aan een fysieke plaats waar men elkaar kan ontmoeten, werken, maar ook exposeren (*"Een plek om samen te komen met andere kunstenaars, dat mis ik gewoon"*). Een belemmering om hier zelf mee aan de slag te gaan is vaak het geld – veel amateurkunstenaars beschikken niet over de middelen om hierin te volstaan. Een voorwaarde bij het ontmoeten en samenwerken op een fysieke plek is dat de kunstenaars hetzelfde niveau hebben. Ook het exposeren is vaak lastig voor de geïnterviewde amateurkunstenaars, omdat ook daarvoor financiële middelen ontbreken. Met het aanschrijven van fondsen om dit te realiseren zijn alle interviewees onbekend of men is niet bereid om hier tijd in te investeren omdat fondsenwerving een hoge drempel heeft.

3.5.2. NIVEAU VAN DE INTERVIEWEES

Alle interviewees zijn erg te spreken over het eigen werk en zijn zij trots over de kwaliteit. Bovendien vinden alle kunstenaars die geïnterviewd zijn zichzelf geen pure amateurkunstenaars (*"ik neem het even serieus als dat ik mijn baan in het onderwijs serieus neem"*). De reden hiervoor is dat de kunstenaars die geïnterviewd zijn zichzelf zien als goede kunstenaars ten opzichte van andere kunstenaars, hun werk serieus nemen en de term negatief vinden. Ook zien veel van de interviewees zich niet per se als professionele kunstenaars, maar eerder daar ergens tussenin. Enkele van de interviewees geven dan ook aan dat de term overbodig is en de grenzen vervagen.

In sommige gevallen kijken de interviewees zelfs neer op andere kunstenaars die zij wel als amateurs zien (*"Ik woon in een dorp en als ik daar over de kunstmarkt loop, ja dan wordt ik verdrietig. Dan denk ik ja, het is leuk maar val je eigen familie er mee lastig"*). Opvallend is dat de interviewees die de kunstacademie hebben gedaan (2), zich willen ontwikkelen door met verschillende disciplines te experimenteren en te leren van vakgebieden die hen nog niet bekend zijn. Interviewees die geen kunstopleiding volgden (4) houden het juist liever bij hun eigen vakgebied.

3.5.3. ERKENNING

Er is bij de interviewees een algemene behoefte aan erkenning en aan naamsbekendheid. Dit denkt men vooral te vinden met een beoordeling van een professioneel kunstenaar waar de persoon tegen op kijkt, en niet bij een galerie. Van galeriehouders hebben de profielen geen feedback nodig. Dit valt ook duidelijk terug te zien in de gesprekken die Motley voerde rondom de term amateurkunstenaars. De kunstenaars willen niet gezien worden of benoemd worden als amateur, maar willen gezien worden als volwaardig kunstenaar. De term amateurkunstenaar biedt daarbij geen erkenning als kunstenaar (*"Er zijn ook mensen die zeggen 'Goh ben je nog steeds aan het hobby-en?' Nou dat irriteert me dan. Ik denk ik ben niet aan het hobby-en, het is serieuze business"*).

3.5.4. ONLINE

Het vervagen van de grens tussen amateurkunstenaars en professionele kunstenaars heeft volgens de interviewees erg te maken met de opkomst van online media voor amateurkunstenaars. Zoals verwoord door één van de geïnterviewde kunstenaars: *"Iedereen kan zijn kunst delen op het internet. Iedereen kan laten zien van kijk: dit maak ik. Het is niet meer zo als vroeger dat je een collectie hebt*

en dat je dan binnen galleries werkt. Dus door de komst van het internet zou je kunnen zeggen dat de drempel tot het zijn van een kunstenaar ook lager wordt, omdat het makkelijker is om je werk te laten zien. Het is ook een vrij beroep. Iedereen kan zeggen dat hij of zij een kunstenaar is. Je zou je kunnen afvragen of een galerie dan nog wel nodig is.”

Dit is niet alleen te zien aan de kant van de amateurkunstenaar, maar volgens één van de interviewees ook aan de kant van de professionele kunstenaars: “Maar nu zie je dat beroemde professionele kunstenaars ook al hun werk op Instagram de hele tijd aan het gooien zijn en dat die verhoudingen helemaal aan het schuiven zijn geloof ik. Dat curatoren ook de hele tijd op Instagram zitten te zoeken naar nieuwe mensen. En ja dan weet je ook niet precies wie het is en waar die al exposities heeft gehad.”

4. CONCLUSIES

4.1. DE STEEKPROEF

Zoals eerder al vermeld, heeft Mister Motley met dit onderzoek niet getracht om een representatieve dwarsdoorsnede van de populatie van Nederlandse amateurkunstenaars te ondervragen. Het onderzoek heeft juist ingezoomd op een specifieke groep amateurkunstenaars (lezers van Mister Motley, achterban van de ZomerExpo etc.) die waarschijnlijk actiever zijn dan de gemiddelde amateurkunstenaar. Namelijk, de deelnemers aan het onderzoek zijn al online en offline op zoek naar initiatieven en inspiratie en zijn op deze manier in aanraking gekomen met de enquête. Doordat de enquête veel ruimte heeft overgelaten voor input en open vragen en er daarnaast diepte-interviews gehouden zijn, geeft het huidige onderzoek invulling aan de wensen, behoeften, opinie en reflectie van de amateurkunstenaar. In overeenstemming hiermee zien we dan ook dat ten opzichte van andere literatuur over amateurkunstenaars, zien we dan ook dat er in onze steekproef een hoger percentage van de respondenten exposeert of bijvoorbeeld een eigen atelier heeft^[1]. Daarnaast hebben bijna alle respondenten de tijd genomen om na de gesloten vragen de tijd te nemen voor de open vragen. Dit duidt erop dat onze steekproef bestaat uit een actieve en betrokken groep kunstenaars.

Opvallend is dat Motley heeft geprobeerd om een bredere groep kunstenaars te betrekken bij het onderzoek, maar dat het animo hiervoor niet erg groot was. De verspreiding van de nieuwsbrief van ZomerExpo met de link naar de enquête heeft geleid tot een bescheiden aantal extra deelnemers, maar daarnaast heeft Motley bijna veertig amateurkunstverenigingen benaderd om de enquête te verspreiden. Hierop is weinig respons teruggekomen. Ook heeft het offline uitzetten van de enquête tot weinig input geleid. Dit wijst er wederom op dat het huidige onderzoek een groep actieve kunstenaars omsluit die in ieder geval online op zoek is naar informatie, verdieping en betrokkenheid bij de (amateur)kunstscene. Wellicht hebben we hiermee een unieke groep respondenten te pakken en bevinden andere groepen amateurkunstenaars zich minder actief online en zijn zij minder op zoek naar betrokkenheid bij de (amateur)kunstscene. We kunnen echter niet achterhalen wat de reden is van het achterblijven van een reactie van leden van amateurkunstverenigingen.

4.2. TEVREDEN AMATEURKUNSTENAARS

Het onderzoek wijst op een heterogene groep amateurkunstenaars. Niet alleen verschillen de kunstenaars in discipline, werkwijze en persoonlijk profiel, ook is er een verscheidenheid aan behoeftes van amateurkunstenaars. Ongeveer een kwart van de amateurkunstenaars heeft geen tot weinig behoefte aan contact met andere kunstenaars en heeft geen behoefte om deel te nemen aan initiatieven. De overige driekwart van de amateurkunstenaars heeft deze behoefte wel, maar voor iedereen wordt dit anders ingevuld. Wat in alle subgroepen van amateurkunstenaars is dat de amateurkunstenaars tevreden tot zeer tevreden zijn met de toegevoegde waarde van het kunstenaarschap aan het leven. Hoewel amateurkunstenaar hier en daar aangeven (nog) niet tevreden te zijn met de kwaliteit van het werk en niet altijd voldoende tijd besteden aan het maken van kunst, valt deze tevredenheid door de hele steekproef duidelijk op. In lijn hiermee zien we ook dat er een groot aantal amateurkunstenaars bestaat dat het liefst voltijd met kunst maken bezig is.

Wat ons opvalt is dat het bij deze tevredenheid uitmaakt of iemand een kunstopleiding heeft gevolgd of niet. Beide groepen scoren hoog als het gaat om tevredenheid met eigen werk, maar degenen zonder kunstopleiding scoren gemiddeld nog hoger op de eigen tevredenheid. Dit kan erop duiden dat het reflecteren en kritisch kijken naar het eigen werk, sterker is ontwikkeld bij degenen met een kunstopleiding. Ook zijn respondenten met een kunstopleiding veel geconfronteerd met ander werk tijdens hun studie, waardoor zij wellicht meer vergelijken en hun werk in verhouding tot ander werk bekijken. Deze conclusie wordt ook ondersteund door de diepte-interviews – daar lieten de interviewees van de kunstacademie zien dat zij leren van andere vakgebieden en soms hun werkveld verbreden door te experimenteren met disciplines. De interviewees zonder kunstacademie houden het liever bij het eigen vakgebied.

4.3. ONLINE ACADEMIE

Over het algemeen kunnen we de amateurkunstenaar beschouwen als een tevreden kunstenaar, met een minimale behoefte aan initiatieven, extra cursussen voor amateurkunstenaars etc. Op een aantal vlakken liggen echter behoeften waarin nog niet voorzien worden. Allereerst zou een grote groep amateurkunstenaars graag rond willen komen van hun kunst en voltijd met kunstenaar willen zijn. Ook is er een behoefte aan meer connectie met de professioneel kunstwereld. Daarnaast kunnen we concluderen dat het exposeren, maar ook het zoeken naar inspiratie, steeds meer verschuift naar online. Er is een groep amateurkunstenaars die hier al goed haar weg in kan vinden, maar ook een groep die hierin minder wegwijs is, of de juiste initiatieven nog niet kan vinden. Alhoewel er met de huidige initiatieven al voorzien wordt in de meeste van de behoeften van de amateurkunstenaar, is er voor een aanzienlijke groep amateurkunstenaars wel behoefte aan meer contact met andere kunstenaars. Dit contact kan gaan over samenwerking, maar ook reflectie op eigen werk of het samen bezoeken van exposities of musea.

Het initiële idee om professioneel en amateurkunstenaars te verbinden via een online academie, lijkt te voorzien in veel van deze behoeften. Voorwaarden hiervoor zou zijn dat de kosten hiervoor niet te hoog liggen en het niveau gewaarborgd is. Daarnaast is er naast de online academie behoefte aan een offline aspect van de academie. Het onderzoek laat bovendien zien dat een online academie erg goed past in de online-behoeften van de respondenten. De respondenten gebruiken online en social media veel voor het vinden van verdieping, het opzoeken van informatie over andere kunstenaars, maar ook veelvuldig voor het tonen van het eigen werk. Ondanks dan online en sociale media al veel worden gebruikt voor het tonen van eigen werk, is er nog steeds een fikse behoefte van de respondenten om dit uit te breiden. Deze trend van amateurkunstenaars om te neigen naar online en sociale media zou doorgezet kunnen worden in online academie voor (amateur)kunstenaars.

4.4. TERM AMATEURKUNSTENAAR

Onze doelstelling was niet om een onderscheid tussen amateur- en professioneel kunstenaars te maken, maar om een beter inzicht te krijgen in amateurkunstenaars en hun behoeftes. Hiervoor was het echter nodig om wel degelijk een definitie te hanteren en een onderscheid te maken. Naar aanleiding van de enquête hebben we echter veel reacties gekregen over de uitsluitingscriteria die we hanteerden. Het is lastig gebleken om een goed onderscheid te maken tussen de amateurkunstenaar en de professioneel kunstenaar. Naar aanleiding van het onderzoek kunnen we concluderen dat er een grijs gebied is tussen amateurkunstenaars en professioneel kunstenaars. Zo zullen we iemand die voor zijn hobby eens in de twee weken een schildercursus heeft en landschappen schildert zonder verdere ambities allen een amateurkunstenaar noemen. Ook zullen we een kunstenaar die regelmatig exposeert in musea, kan leven van kunst en waar andere kunstenaars tegen opkijken eenduidig een professioneel kunstenaar noemen. Niet iedere kunstenaar bevindt zich echter aan het einde van het spectrum. Wat te denken van een kunstenaar die er een niet kan leven van zijn of haar kunst, maar wel veelvuldig aangehaald wordt door professionele media en vakgenoten? Of een kunstenaar die in een niche werkzaam is, maar binnen deze kringen wel een voorbeeldfunctie vervuld? Of iemand die goed van zijn of haar kunst kan leven, maar niet als autoriteit wordt beschouwt? Deze groepen voelen zich vaak niet aangesproken door de term amateur- of professioneel kunstenaar.

Deze discrepantie zagen we bovendien terug in de interviews: de meeste geïnterviewden voelden zich geen professioneel kunstenaar, maar ook geen amateurkunstenaar. Sterker nog, er werd meermaals aangegeven dat de term amateurkunstenaar een negatieve lading heeft. De term amateur wijst in de volksmond namelijk al gauw op iets dat iemand niet goed kan, of waarop iemand faalt, terwijl wij onze definitie allerminst stelling nemen over de kwaliteit van het werk van de amateurkunstenaar. Daarnaast lijkt het erop dat de trend naar online er des te meer aan bijdraagt dat de grenzen tussen amateurkunstenaars en professionele kunstenaars vervagen. Immers, iedereen kan kunst online zetten en delen met de wereld en dit wordt dan ook door amateurs en professionals gedaan. Al met al kunnen we dus concluderen dat de term amateurkunstenaar aan vernieuwing toe is.

RELATED ARTICLES



[\(/art-everyday-life/beuys-z\)](/art-everyday-life/beuys-z)

BEUYS-Z (/ART-EVERYDAY-LIFE/BEUYS-Z)



[\(/art-everyday-life/opdracht-iii-een-gebonden-boek-gijs-assmann\)](/art-everyday-life/opdracht-iii-een-gebonden-boek-gijs-assmann)

OPDRACHT III : EEN GEBONDEN BOEK - GIJS ASSMANN (/ART-EVERYDAY-LIFE/OPDRACHT-III-EEN-GEBONDEN-BOEK-GIJS-ASSMANN)



[\(/art-everyday-life/opdracht-ii-monument-gijs-assmann\)]((/art-everyday-life/opdracht-ii-monument-gijs-assmann))

OPDRACHT II : MONUMENT - GIJS ASSMANN (/ART-EVERYDAY-LIFE/OPDRACHT-II-MONUMENT-GIJS-ASSMANN)



[\(/art-everyday-life/de-amateur-tijden-van-het-internet\)]((/art-everyday-life/de-amateur-tijden-van-het-internet))

DE AMATEUR IN TIJDEN VAN HET INTERNET (/ART-EVERYDAY-LIFE/DE-AMATEUR-TIJDEN-VAN-HET-INTERNET)

INFO

Mister Motley is een magazine over beeldende kunst dat kunst en leven aan elkaar knoopt. Het is opgebouwd uit zes thema's: Art & Everyday Life, Salon, Paper Podium, How to Live en Motley College. Voor ideeën, teksten en suggesties mail info@mistermotley.nl (<mailto:info@mistermotley.nl>)

Voor het oude archief van mister Motley ga naar <http://archieff.motleysalon.com/> (<http://archieff.motleysalon.com/>)

De jaarcijfers van mister Motley vindt u [hier](http://jaarverslagenmm.blogspot.nl/) (<http://jaarverslagenmm.blogspot.nl/>).

Partner Kunst is Lang Voordekunst. (<https://www.voordekunst.nl/>)

Partner Tendens Maand van de Filosofie (<http://www.maandvandefilosofie.nl/>)

Brainwash (<http://brainwashfestival.nl/>) en Mondriaanfonds (<https://www.mondriaanfonds.nl/>)

Onbezoldigd Bestuur

Voorzitter: Femke Leemeijer

Penningmeester: Henriette Ancuta

Rob van Vuure

CONTACT

Contact

info@mistermotley.nl (<mailto:info@mistermotley.nl>)

Hoofdredactie

Heske ten Cate

heske@mistermotley.nl (<http://heske@mistermotley.nl>)

Hoofd communicatie & acquisitie

Ilona de Kraker

[ilona \(mailto:ilona@mistermotley.nl\)](mailto:ilona@mistermotley.nl)[motley@gmail.com \(mailto:motley@gmail.com\)](mailto:motley@gmail.com)

Redactie

Lieneke Hulshof

[lienekemotley@gmail.com \(mailto:lienekemotley@gmail.com\)](mailto:lienekemotley@gmail.com)

Fenne Saedt

[fenne@mistermotley.nl \(mailto:fenne@mistermotley.nl\)](mailto:fenne@mistermotley.nl)

Stagiaire

Najiba Brakkee

[brakkeenajiba@gmail.com \(mailto:brakkeenajiba@gmail.com\)](mailto:brakkeenajiba@gmail.com)

Postadres

Stichting mister Motley

WG Plein 33-B

1054 RA Amsterdam

KVK nummer 34189719

Fiscaal nummer 812147820