

Onderzoeksopzet
Noemi Belloy

Hoe kunnen kunsteducatieve producten betekenisvolle ervaringen creëren voor 20 tot 25 jarigen die geen interesse hebben in kunst?

Vooronderzoek (literatuuronderzoek & deskresearch)

Waarom is het nodig dat jongeren in aanraking komen met kunst?

Waarom zijn kunsteducatieve producten hiervoor geschikt?

Welke voorbeelden van kunsteducatieve producten zijn er al?

Aan welke eisen moeten kunsteducatieve producten voldoen?

Welke voorbeelden van betekenisvolle ervaringen zijn er al?

Aan welke eisen moet een betekenisvolle ervaring voldoen?

Veldonderzoek (interviews & focusgroepen)

Wat zijn de verwachtingen van jongeren die geen interesse hebben in kunst bij kunsteducatieve ervaringen?

Wat zijn de wensen en noden van jongeren die geen interesse hebben in kunst bij kunsteducatieve ervaringen?

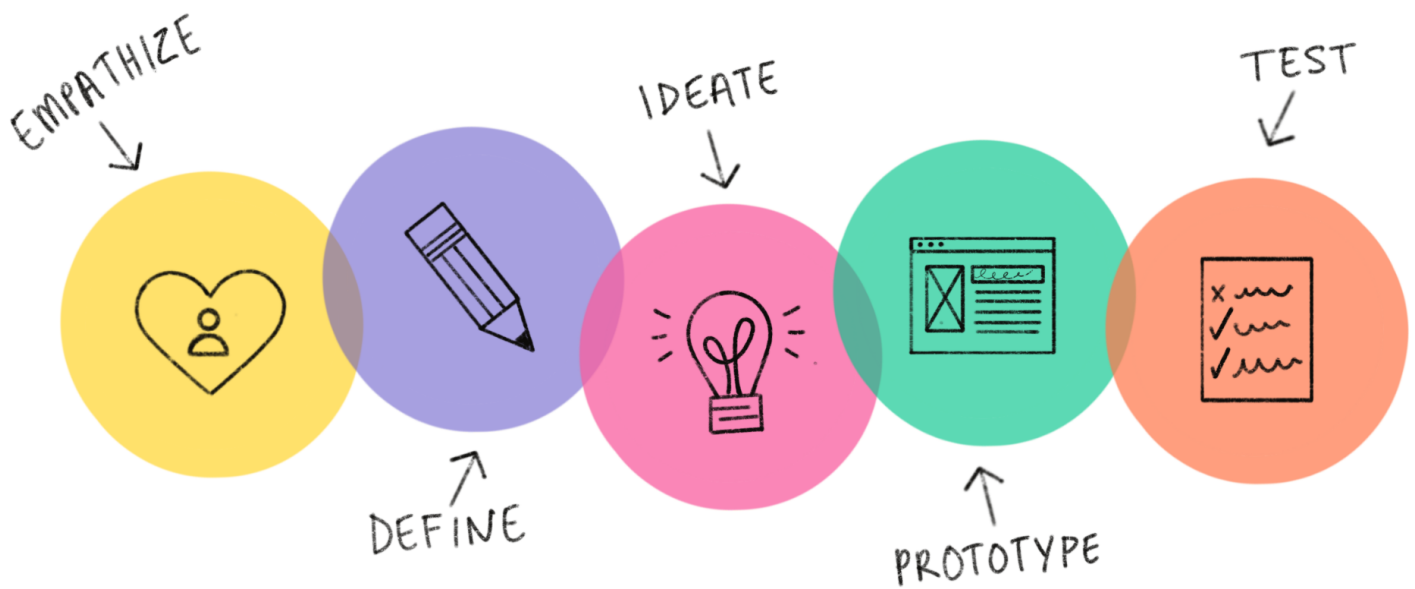
Binnen welke context kan je de correspondenten het best bereiken?

Ontwerpfase (prototypen & focusgroepen)

Hoe kan een kunsteducatie product dat betekenisvolle ervaringen creëert voor 20 tot 25 jarigen vorm krijgen?

Welke verbeteringen kunnen er gemaakt worden?

Wat zijn belangrijke aandachtspunten bij het ontwikkelen van een kunsteducatie product voor 20 tot 25 jarigen die geen interesse hebben in kunst?



Dit onderzoek heeft in **circulair** karakter. Het wordt hier voorgesteld als een lineair proces, maar naargelang de uitkomsten, wordt er telkens teruggekoppeld naar een vorige fase.

Vertrekkende vanuit een vooronderzoek gevolgd door een **empathize** fase van het ontwerpgericht onderzoek wordt gekeken door de bril van de correspondenten. Wat hebben zij nodig? Waar liggen hun interesses? **(September - oktober)**

In de **ideate** fase worden ideeën gegenereerd. Eerst met diezelfde correspondenten: Hoe zien zij dit kunsteducatieve product? De ideeën van deze correspondenten worden vervolgens ook meegenomen naar experts en samen met deze experts wordt een verdere brainstorm uitgezet. **(Oktober - november - december)**

Zo komen we tot de **prototype** fase. Er wordt een prototype ontwikkelt. Wanneer er tijdens het ontwikkelen op problemen gebotst wordt, kunnen ook hier experts geraadpleegd worden. Het prototype wordt constant afgetoetst en getest, bij kennissen, de correspondenten en experts. **(Januari - februari - maart)**

September

		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10 Startgesprek	11 Enquete onderzoek	12 Enquete opstellen
13 Literatuur en deskresearch	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27 Relevante experts	28	29	30			

Oktober

				1	2	3 Contact correspond.
4 Voorber. interview	5	6	7	8	9	10
11 Interview	12	13	14	15	16 Research day	17
18 Voorber. Focusgroep	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

November

1 Focusgroep	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15 Interview voorbereiden	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27 Research day	28
29 Relevante experts 2.0	30					

December

		1	2	3	4	5
6 Focusgroep experts	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27 Aanvullen experts	28	29	30	31		

Startgesprek: samen de onderzoeksvraag en planning bekijken en nagaan hoe en of ik van start kan gaan.

Enquete onderzoek: informatie verzamelen over hoe je een goede enquête opstelt.

Enquête opstellen: enquete om correspondenten te verzamelen opstellen en uitsturen.

Literatuuronderzoek & deskresearch: antwoorden formuleren op deze deelvragen. Deze fase is gedeeltelijk al van start gegaan voor de start van dit schooljaar. Deze fase loopt gedeeltelijk door tijdens volgende fases. Wanneer interessante data zich voordoet, wordt deze mee verwerkt.

Relevante experts: een lijst opstellen met relevante experts en deze contacteren voor een interview.

Contact correspondenten: mogelijke correspondenten contacteren met een doodle om samen te komen.

Vorbereiding interview: de belangrijke punten om rekening mee te houden tijdens een interview nogmaals bekijken en de vragen formuleren. Het gaat hoogstwaarschijnlijk om een halfgestructureerd interview waarbij de hoofdvragen en enkele deelvragen vastliggen maar er ter plekke nog verder kan worden doorgevraagd. Er wordt sowieso voorbereid voor de expert op de research days, maar indien uit de relevante experts nog een ander mogelijk interview kwam, wordt ook dit voorbereid.

Interview: met een expert in gesprek gaan en antwoorden zoeken op deze deelvragen (veldonderzoek) om zo ook voorbereid aan de focusgroep te kunnen starten en nog meer gerichte vragen voor te bereiden.

Vorbereiding focusgroep: de belangrijke punten om rekening mee te houden tijdens een focusgroep nogmaals bekijken en de opbouw / werkvormen / vragen formuleren. Bovendien ook het regelen van een vergaderruimte en 'beloning' voor de deelnemers en het meedelen van de datum en de locatie met de correspondenten.

Focusgroep: met de correspondenten in gesprek gaan en antwoorden zoeken op deze deelvragen (veldonderzoek) en samen een brainstorm houden.

Relevante experts 2.0: opnieuw een lijst opstellen met relevante meer specifieke experts naar aanleiding wat er uit de focusgroep met de correspondenten. Deze experts kunnen geraadpleegd worden tijdens het ontwikkelen van het prototype.

Focusgroep experts: samen met experts uit het kunsteducatieve werkveld verder brainstormen, vertrekkende vanuit de ideeën van de correspondenten.

Aanvullen experts: op basis van de brainstorm met experts, de relevante experts 2.0 nog verder aanvullen.

Prototyping: Er worden eerst mini prototypes ontwikkelt en uitgetest met peers en kennissen. Vervolgens wordt op basis van de feedback 1 prototype uitgewerkt. Dit wordt regelmatig getoetst bij experts en bijgestuurd. Vervolgens wordt het eindproduct getest met correspondenten en experts en wordt de laatste feedback hiervan meegenomen om na het onderzoek verder mee aan de slag te gaan. Deze fase wordt nog niet concreet uitgeplant omdat dit erg afhangt van welke richting het onderzoek uitgaat.