

Onderzoeksoopdracht lectoraat Crossmedia

'Festivals nader bekeken: beleving in een overvolle markt' (30 ECTS)

Probleemomgeving

Overaanbod en een steeds verder gefragmenteerd publiek maakt het moeilijk voor bijvoorbeeld beginnende (muziek)festival door te groeien en een eigen duurzame positie op de markt te veroveren. Eventorganisaties worden steeds vaker gedwongen een effectieve strategie te ontwikkelen. Ze onderkennen meer en meer het belang van een eigen identiteit die inspeelt op de vraag waarom bezoekers naar events komen en op relevante bezoekerswaarden, zoals bij events rond goede doelen. Nieuwe digitale ICT- en mediamiddelen die nieuwe manieren van produceren, distribueren, consumeren en participeren toestaan, spelen daarin een belangrijke rol.

Vanuit de groter wordende onderlinge concurrentie zijn eventorganisatoren meer en meer op zoek naar manieren waarop ze zich kunnen onderscheiden van andere events. Een inventarisatie onder organisaties levert de term 'beleving' op waarmee men denkt het onderscheid te kunnen maken. Men wil een unieke beleving neer kunnen zetten op hun event. Organisaties hebben behoefte aan kennis en tools om een dergelijke beleving te kunnen ontwikkelen. Onduidelijk voor organisaties is uit welke ingrediënten een beleving kan worden opgebouwd en hoe een ontwikkelde beleving vervolgens overkomt op de bezoeker.

Daarbij komt dat een event te maken heeft met een ecosysteem waarin het opereert, van andere festivals en events tot gemeenten, eventorganisaties, boekingsbureau's et cetera. Om een onderscheidende beleving aan te bieden moet je dus goed weten hoe dat ecosysteem er uit ziet: Hoeveel (concurrerende) festivals/events zijn er? Wie bepaalt de programmering van een festival? Welke organisaties trekken achter de schermen 'aan de touwtjes'?

Algemene onderzoeksvraag (=globale vraagstelling, te concretiseren door jou als student aan de hand van concrete casuïstiek):

Welke factoren bepalen de(ideale) beleving van een event en wat is de relatie met het ecosysteem van events?

Als afstudeerder ben je vrij om binnen deze kaders je eigen onderzoeksvraag te formuleren. We bieden hier een aantal mogelijke (doch globale!) onderwerpen aan op dit gebied, maar we dagen je uit om deze te specificeren, of wellicht zelfs op een ander terrein een onderzoeksvraag aan ons voor te leggen:

- Wat is het effect van programmering op de beleving of gaat het vooral om desfeer van het event? Maakt het uit hoeveel Nederlandse artiesten er optreden, of hoeveel vrouwelijke artiesten? Is meer aanbod (aantal stages/artiesten) altijd beter, waarom wel/niet?
- Effect van randprogrammering op de beleving van een event. Welke soorten randprogrammering zijn te onderscheiden? Hoe vaak worden soorten randprogrammering ingezet? Op welk soort events komt de randprogrammering voor? Welk effect hebben soorten randprogrammering op de beleving?
- Effect van social media op de beleving van een event. Wat doen events en bezoekers op social media? Welke informatie wordt gedeeld? Waar wordt over gesproken? Wat is het verschil in beleving tussen bezoekers die wel en geen social media gebruiken?
- Effect van media/technologieën op de beleving van een event. Welke media/technologieën worden ingezet en welke zijn in opkomst binnen de eventsector? Wat zijn goede voorbeelden, maar ook minder succesvolle voorbeelden van de inzet van media/technologieën op events?
- Welke organisaties zijn betrokken bij een event, wat is hun rol en invloed? Wat doen branche-organisaties? In hoeverre is een event vrij in haar programmering?

Methoden:

Afhankelijk van de onderzoeksvraag die jij als student (onder begeleiding) formuleert, bedenk je een passende methode om de onderzoeksvraag te beantwoorden. Denk hierbij aan interviews houden, het afnemen van surveys, het testen van bepaalde technologieën in het observatorium, een experiment uitvoeren, het opzetten, uitvoeren, analyseren van een festivalmonitor of een combinatie hiervan.

Relatie met het onderzoek van het lectoraat Crossmedia

Dit onderzoek is onder andere onderdeel van het project FestivalAtlas dat door het lectoraat wordt uitgevoerd (zie <http://www.hva.nl/create-it/onderzoek>).

Bedrijfsomschrijving:

De opdrachtgever voor deze afstudeeropdracht is het lectoraat Crossmedia van de Hogeschool van Amsterdam. Het lectoraat Crossmedia is de werkplaats binnen CREATE-IT applied research, het kenniscentrum van het domein Media, Creatie en Informatie van de Hogeschool van Amsterdam. In dit kenniscentrum voeren docenten, studenten en onderzoekers praktijkgericht onderzoek uit in opdracht van de creatieve industrie en de ICT-sector. We werken samen met universiteiten en andere kennisinstellingen. De resultaten uit het onderzoek komen ten goede aan de beroepspraktijk en krijgen daarnaast een vertaling naar het onderwijs. Praktijkgericht onderzoek geeft een antwoord op dringende vragen uit de praktijk, houdt het onderwijs actueel, bevordert kenniscirculatie en draagt bij aan de professionalisering van studenten en docenten.

Gewenst profiel afstudeerder:

Je bent een kritische denker en in staat om de waarde van verschillende gezichtspunten te zien. Je beschikt over een goede schriftelijke uitdrukkingsvaardigheid, bent proactief en hebt een positief-kritische houding. Je hebt brede interesse binnen het vak en bent ambitieus. Je bent bekend met jargon uit het marketing-, media- en communicatie-vakgebied en in staat om daar waar nodig doorheen te prikken. Je vindt onderzoek doen leuk en interessant.

Voordelen van afstuderen bij een lectoraat:

Als je afstudeert bij een lectoraat, is dat dus jouw opdrachtgever. Een plus is dat je vanuit het lectoraat Crossmedia een aantal bijeenkomsten aangeboden krijgt (naast de reguliere afstudeerbijeenkomsten met jouw begeleider) waar dieper in gegaan wordt op verschillende onderzoeksmethoden. Ook is dat een mooie mogelijkheid om gerichte vragen te stellen aan onderzoekers die werkzaam zijn binnen het vakgebied waar jij onderzoek naar gaat doen!

Contactgegevens & meer informatie:

Annika Kuyper

Onderzoeker Crossmedia

a.e.kuijper@hva.nl

Afstudeeropdracht 30 ECTS¹

Onderzoek naar de factoren die de ideale eventbeleving bepalen.

Projectaanpak

1. Literatuurstudie naar de factoren die de beleving bepalen.
2. Literatuurstudie gespecificeerd op jouw onderzoeksvraag.
3. Data verzamelen (dmv interviews, experiment, surveys etc) en analyseren.
4. Ontwikkelen van een strategisch advies voor eventprofessionals.

Projectresultaten

1. Scriptie
2. Strategisch advies voor eventprofessionals.
3. Inhoudelijke bijdrage aan project 'Event Touchpoints'.
4. Presentaties in kenniskring.
5. Mogelijke bijdrage aan publicatie.

Standaarddocumenten

- Templates voor onderzoeksvoorstel, - plan, en –rapportage.
- Analyse kader voor casussen.
- Projectdocumenten van Event Touchpoints.

Reageren

Bij interesse: neem contact op met Annika Kuyper. Een intakegesprek en een presentatie van een onderzoeksvoorstel behoren tot de procedure om deze opdracht te mogen uitvoeren.

¹ Mocht je een afstudeeropdracht voor 15 ects doen, dan kan de opdracht vanuit het lectoraat aangepast worden.