

Converseren & Creëren

Experimenteel onderzoek naar de bruikbaarheid van David Gauntletts creatieve methode in jongerenonderzoek



Lynn Louwe
Masterscriptie



Converseren & Creëren

Experimenteel onderzoek naar de bruikbaarheid van David Gauntletts creatieve methode in jongerenonderzoek.

Masterscriptie Universiteit voor Humanistiek

Levensbeschouwing en onderzoekslcer

Lynn Louwe

Begeleider

Dr. W. F. Los

Meelezer

Prof.dr. H. A. Alma

Afstudeercoördinator

Dr. W. van der Vaart

December 2014 Utrecht

Foto op de titelpagina: José Bal, gemaakt op 16 oktober 2013.

Opgedragen aan lieve José

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
Een woord van dank vooraf	5
Hoofdstuk 1 Inleiding	7
1.1. Aanleiding	7
1.2. Probleemstelling	8
1.3. Relevantie	10
1.4. Opzet van deze scriptie	11
Hoofdstuk 2 Theoretisch kader	12
2.1. De creatieve methode	12
2.2. De creatieve methode voor jongerenonderzoek	18
2.3. Samenvatting	25
Hoofdstuk 3 Methodologische verantwoording	26
3.1. Onderzoeksmethode en uitvoering	26
3.2. Respondenten (-werving)	30
3.3. Dataverzamelmethode	35
3.4. Analyse	41
Hoofdstuk 4 Resultaten	45
4.1. Interviews	45
4.2. Creatieve opdracht	48
4.3. Vergelijking	52
4.4. Evaluatie van methoden volgens respondenten	59
4.5. Conclusie	62
Hoofdstuk 5 Reflectie van de onderzoeker	65
5.1. De verhouding tussen de onderzoeker en de onderzochte	65
5.2. Aanvullende reflectiemomenten	67
5.3. Transformatie vanuit authenticiteit	69
Hoofdstuk 6 Conclusie	71
6.1. Conclusies en aanbevelingen	71
6.2. Aanzet tot praktische toepassing	76
Samenvatting	78
Bronnenlijst	80
Bijlagen	83

Bijlage 1 Respondenten overzicht	84
Bijlage 2 Flyer	95
Bijlage 3 Leidraad	96
Bijlage 4 Evaluatieformulier creatieve opdracht	98
Bijlage 5 Topiclist	100
Bijlage 6 Vragenlijst evaluatie	102

Een woord van dank vooraf

Na jaren studeren aan de Universiteit voor Humanistiek is ter afronding van de opleiding het afstudeertraject aangebroken. Vol enthousiasme ben ik in een experimenteel avontuur gestapt. Vanuit het voornemen om de scriptie niet in een bureaulade te laten verdwijnen, melde ik mij met grootse plannen bij mijn begeleider. Toen het onderzoeksvoorstel eindelijk haalbaar werd begon een lange tocht waarvan voor u de verslaglegging ligt. Hiermee komt een einde aan een uitzonderlijke studie. Die met de vorming van academische en praktische vaardigheden, een buitengewoon waardevolle combinatie, mij heeft verrijkt.

Mijn dank gaat uit naar de kritische en betrokken ondersteuning van de begeleider en meeleezer. In het bijzonder bedank ik ook mijn zus en mijn vriend voor hun steun bij het schrijven van de scriptie. Gedurende het afstuderen heb ik ook genoten van de kopjes thee met Rosanna. Dank voor de gesprekken over de grote en kleine dingen van het leven. Een warme knuffel bied ik mijn familie en vrienden met wie ik tijdens de afronding van mijn studie momenten van plezier en frustratie hebben gedeeld.

"We believe in the need to embrace not only our left brain (cognitive) but also our right brain (artistic) capacities to allow transformative action to occur, to achieve transformation and move towards human flourishing."

Boomer & Frost (2011) In Creative Spaces for Qualitative Researching: Living Research, p.283

Hoofdstuk 1 | Inleiding

De inleiding bevat de probleemstelling van het onderzoek, die bestaat uit de doelstelling en de vraagstelling (1.2). Vervolgens zet ik de relevantie van het onderzoek uiteen (1.3) en licht ik de opzet van deze rapportage toe (1.4). Dit hoofdstuk begint echter met de aanleiding van het onderzoek (1.1).

1.1. Aanleiding

Het vertrekpunt van dit afstudeeronderzoek is de vraag: hoe doet men identiteitsonderzoek bij jongeren? In de loop der tijd zijn er verschillende visies ontwikkeld, die deze vraag ieder op hun eigen wijze beantwoorden. Omdat het onderzoeksveld in beweging is, rijst de vraag of het gangbare onderzoek naar jongeren, in het bijzonder hun identiteitsbeleving, toereikend is? En wat maakt een methode bruikbaar voor onderzoek naar de identiteitsbeleving van jongeren? Kwalitatief onderzoek vormt het kader waarbinnen deze vragen onderzocht gaan worden.

Kwalitatief onderzoek kent een aantal gangbare onderzoeksmethoden. Zowel Maso en Smaling (2004) als Evers (2007) onderscheiden het open interview (inclusief focusgroep) en participerende observatie. Daarnaast onderscheidt Evers ook het verzamelen van documenten, visueel en auditief materiaal. Deze wordt in het vervolg aangeduid als ‘klassieke methoden’. Daarnaast zijn in het kwalitatieve onderzoeksveld de laatste jaren een aantal ontwikkelingen gaande op methodologisch gebied. Zo is er in de afgelopen twintig jaar een trend te onderscheiden, die de rol van de respondent (de jongeren dus) actiever wil maken. In Nederland maken onder anderen De Winter en Kroneman (2003) en Jurrius (2012) deel uit van deze ontwikkeling. Jongeren worden niet betrokken bij het onderzoeksontwerp, maar bijvoorbeeld wel bij de analyse of het vergaren van informatie. Bijvoorbeeld door het interviewen van peers (o.a. Jurrius, 2012). Een nadeel van deze methode is dat de kwaliteit van de onderzoeksvaardigheden onbetrouwbarder is, simpelweg omdat een interviewtraining van de jongeren nog geen geschoolde onderzoekers maakt. Een voordeel is dat door de inzet van leeftijdsgenoten toegang kan worden verschaft tot andere informatie.

De Britse professor in media en communicatie David Gauntlett, staat in zekere zin in deze traditie, maar kiest voor een andere invalshoek. Zijn methode staat centraal in dit onderzoek en deze zal in het vervolg aangeduid worden als de creatieve methode. Deze methode kent zijn oorsprong in Gauntletts identiteitsonderzoek onder (jong-) volwassenen, waarbij LEGO wordt gebruikt (2005). In dit onderzoek wordt de rol van de respondent geactiveerd doordat Gauntlett de creativiteit van de respondenten aanpreekt.

In het bovenstaande is het gebruik van creativiteit in onderzoeksmethoden als een recentelijk en actueel fenomeen aangestipt. Dit kan in het bijzonder interessant zijn voor een jeugdige doelgroep, omdat die nog niet beschikt over volledig ontwikkelde denkvermogens en taalkundige competenties. (Drew, Duncan & Sawyer, 2010; Siibak, Forsman & Hernwall, 2012). Een creatieve methode zou daarom volgens hen een goede aansluiting kunnen bieden bij de belevingswereld van jongeren. De vraag die de grondslag vormt van het afstudeeronderzoek is of de jongeren dat ook zo ervaren.

De ervaring van de jongeren met de creatieve methode zal uiteindelijk bepalend zijn voor de conclusie of Gauntletts creatieve methode slechts een alternatief biedt voor de klassieke methoden, of door een betere aansluiting bij de jongeren bruikbaar is voor kwalitatief jongerenonderzoek. Opvallend is dat onderzoekers die gebruik maken van een creatieve methode, hieraan refereren als een alternatief voor gangbare onderzoeksmethoden. (Gauntlett, 2007; Drew et al., 2010; Siibak et al., 2012). Dit onderzoek zal dus een stap verder gaan en de methode van Gauntlett onderzoeken op bruikbaarheid voor identiteitsonderzoek bij jongeren.

1.2. Probleemstelling

De probleemstelling van een onderzoek bestaat uit enerzijds de doelstelling: wat wil men bereiken. Anderzijds de vraagstelling; de hoofdvraag die leidend is voor het onderzoek. Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden moeten er deelvragen geformuleerd worden.

Doelstelling

Achterhalen wat volgens jongeren de bruikbaarheid van Gauntletts creatieve methode is in vergelijking met de interview methode voor identiteitsonderzoek bij jongeren.

Het doel is om meer inzicht te krijgen in de ervaring van jongeren met de creatieve methode van Gauntlett in identiteitsonderzoek. Gevraagd wordt naar hun visie op de bruikbaarheid van de creatieve methode als onderzoeksmethode. Om vergelijkingsmateriaal te genereren voor de jongeren zal er een ‘klassiek’ interview afgenomen worden. Ik heb voor het interview gekozen, omdat bij participatieve observatie het gevaar bestaat dat de jongeren hun deelname aan een onderzoek als te minimaal ervaren en omdat bij een focusgroep de wederzijdse beïnvloeding te sterk kan zijn. Ik richt me hierdoor op een vergelijking van de creatieve methode met de interview methode (de bruikbaarheid ervan voor identiteitsonderzoek bij jongeren). Daarnaast is er nog een tweede niveau te onderscheiden in het doel van dit afstudeeronderzoek; de inhoudelijke uitkomsten van het identiteitsonderzoek. Deze zijn

ondergeschikt, maar neem ik mee om de gerapporteerde belevingen van de jongeren te kunnen toetsen. De focus zal echter liggen op het methodische aspect van het onderzoek.

Vraagstelling

De vraagstelling is zoals eerder aangegeven een hoofdvraag die door middel van meerdere deelvragen beantwoord zal worden. De hoofdvraag luidt als volgt:

Wat zijn de opvattingen van jongeren over de bruikbaarheid van de creatieve methode in vergelijking met de interview methode voor identiteitsonderzoek bij jongeren?

De hoofdvraag is een evaluatieve vraag, die bestaat uit de volgende deelvragen. De eerste vraag is wat de creatieve methode van Gauntlett is en hoe deze geoperationaliseerd kan worden ten behoeve van dit onderzoek.

1. Wat is de creatieve methode van Gauntlett en op welke vooronderstellingen is deze gebaseerd?

2. Welke aspecten van de creatieve methode van Gauntlett zijn mogelijk wel/niet bruikbaar in jongerenonderzoek? En zijn er aanvullingen nodig op de bruikbare aspecten voor jongerenonderzoek?

De derde deelvraag is tweeledig en vraagt naar de ervaring van de jongeren met het interview enerzijds en de creatieve methode anderzijds, zodat de bruikbaarheid van de creatieve methode niet uitsluitend door de onderzoeker kan worden vastgesteld, maar ook de mening van de jongeren gehoord kan worden.

3a. Welke voor- en nadelen ervaren de jongeren bij het interview als methode van dataverzameling in onderzoek naar identiteitsvorming?

3b. Welke voor- en nadelen ervaren de jongeren bij de creatieve methode als methode van dataverzameling in onderzoek naar identiteitsvorming?

De vierde deelvraag gaat over de inhoudelijke resultaten van beide methoden. In het theoretische kader zijn drie dimensies geselecteerd die als afbakening gelden voor een vergelijking tussen de uitkomsten van respectievelijk de interviews en de creatieve methode.

4 Wat zijn de uitkomsten van de creatieve methode versus de interview methode met betrekking tot drie dimensies van identiteit: actorschap, meerstemmigheid en karaktereigenschappen?

De laatste deelvraag is reflectief van aard en kent een andere status dan de eerdere deelvragen. Deze dient ter aanvulling en onderzoekt de mate van gelijkwaardigheid van de verhouding tussen onderzoeker en onderzochte. Om zo vanuit een ander perspectief een bijdrage te leveren aan de beantwoording van de hoofdvraag.

5 Hoe beïnvloeden respectievelijk de creatieve en de interview methode de verhouding tussen de onderzoeker en de jongere?

1.3. Relevantie

De relevantie van dit onderzoek ligt in het verlengde van de doelstelling: de visie van jongeren op de bruikbaarheid van Gauntletts creatieve methode voor identiteitsonderzoek. Hierdoor is het als het ware een evaluatie van de methode door de jongeren zelf is. Voor de relevantie is vooral de rol die de respondenten (de jongeren) in het onderzoek innemen van belang. De respondent is de directe bron voor de evaluatie van de creatieve methode. Daarmee dient dit onderzoek als aanvulling op de suggesties vanuit de literatuur dat creatieve onderzoeksmethoden goed bij de doelgroep zouden aansluiten. Dit onderzoek kenmerkt zich door een respondent-centered aanpak, waarbij de respondent zelf centraal staat en gehoord wordt. Dit karakter van het onderzoek maakt dat de relevantie ook humanistisch van aard is. Een eigenschap van humanistisch onderzoek is de hermeneutische benadering van het verhaal van de respondent. (Evers, 2007).

Daarnaast wordt de humanistische relevantie ook bepaald door de achterliggende identiteitsopvatting. In overeenstemming met de visie van de Britse socioloog Anthony Giddens, zie ik identiteit als een dynamisch proces. Ook Gauntlett vat in navolging van Giddens identiteit niet als iets statisch op. Giddens omschrijft in zijn toonaangevende werk *Modernity and Self-Identity* (1991) het Zelf als een immer reflexieve onderneming, dat constant bezig is met het maken van keuzes. We zijn volgens Giddens bewust bezig met onze *Self-Identity*. (Gauntlett, 2007). Deze theorie vormt de basis van het mensbeeld dat de waardering van de creatieve methode beïnvloedt. Doordat Gauntletts creatieve methode de ruimte biedt voor een niet-af-verhaal, kan dat bijdragen aan de bruikbaarheid van de methode voor de specifieke doelgroep die bezig is met de vraag “wie ben ik?” en de meerstemmigheid van de mens in het algemeen. (Hermans, 2014).

Het mensbeeld dat de inhoud van het onderzoek bepaalt, werkt daarnaast ook door in de uitvoering van het onderzoek. Het beïnvloedt hoe ik als onderzoeker het uitvoeren van onderzoek benader. De vooronderstellingen die ik heb, maken dat ik bepaalde vragen stel. Daarom zal ook de ervaring van de onderzoeker worden onderzocht. En dan met name de vraag: hoe beïnvloedt de methode de verhouding tussen de onderzoeker/volwassene en de jongere? Als onderzoeker zie ik mijzelf namelijk ook als onderdeel van het onderzoek. (Boeije, 2012).

Uit het voorgaande blijkt de gelaagdheid van het onderzoek. Dat bestaat uit: de resultaten van het identiteitsonderzoek, het testen van de bruikbaarheid van Gauntlets creatieve methode met daaraan ten grondslag een vergelijking met de klassieke methode en de invloed van de creatieve methode op de rol van de onderzoeker.

1.4. Opzet van deze scriptie

Na de inleiding over de hoofdvraag, doel en relevantie van het onderzoek volgt het theoretische kader. In het tweede hoofdstuk zal achtereenvolgens de creatieve methode van Gauntlet verkend worden en de mogelijke toepassingen daarvan voor jongeren onderzoek. De centrale concepten uit het onderzoek zullen hier ook worden toegelicht.

Het derde hoofdstuk is een verantwoording van de methodologie. De methoden sectie van de rapportage vangt aan met een theoretische toelichting. Daarop volgt een bespreking van de opzet van het onderzoek, de gehanteerde dataverzamelmethode en tot slot de uitvoering van de analyse.

In het vierde hoofdstuk presenteer ik de resultaten uit de interviews en de creatieve opdracht. Vanuit drie geselecteerde thema's uit het theoretische kader, wordt er een vergelijking gemaakt tussen de resultaten uit het interview en de creatieve opdracht. Tot slot toets ik de conclusies aan de ervaringen van de respondenten zelf.

Het vijfde hoofdstuk legt een speciale nadruk op de reflectie van de onderzoeker. Vooral de verhouding tussen de onderzoeker en de respondenten is daarbij leidend.

In het laatste hoofdstuk worden de conclusies en aanbevelingen gepresenteerd. Tevens wordt een aanzet gegeven tot een workshop. De workshop is een bijstelling van de creatieve methode naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek en geldt als een praktische handreiking voor een vervolg.

Hoofdstuk 2 | Theoretisch kader

In dit hoofdstuk ga ik dieper in op de creatieve methode van David Gauntlett (2.1). Hieruit volgen vragen naar de rol van creativiteit bij identiteitsonderzoek en de daarbij gehanteerde identiteitsopvatting. De benodigde bewerking van de methode voor de doelgroep van mijn afstudeerscriptie, jongeren, komen daaropvolgend aan de orde (2.2). Dit hoofdstuk is een theoretische verdieping van de centrale concepten in het onderzoek. In paragraaf 2.3 is een samenvattend antwoord op de eerste twee deelvragen geformuleerd.

2.1. De creatieve methode

De eerste paragraaf is de kern van het theoretische kader dat dit hoofdstuk verschaft. De creatieve methode van David Gauntlett wordt uitgewerkt met speciale aandacht voor de begrippen creativiteit en identiteit.

De creatieve methode van Gauntlett en zijn vooronderstellingen

David Gauntlett is auteur van meerdere boeken rondom de thema's mediapubliek en identiteit. In 2005 doet Gauntlett identiteitsonderzoek met LEGO onder (jong-) volwassenen, waarin hij hun creativiteit aanspreekt. Het identiteitsonderzoek heeft hij gedaan met gebruik van, zoals hij het noemt, de *new creative method*. Omdat Gauntlett in zijn boek over dit onderzoek *Creative Explorations* (2007) het woordje *new* al snel weglaat, zal ik het verder aanduiden als de creatieve methode. Volgens Gauntlett biedt het een alternatief voor de gangbare inzet van diepte-interview, focusgroepen en participatieve observatie als kwalitatieve onderzoeksmethode. Gauntlett stelt vervolgens dat zijn creatieve methode een benadering is: '...which allows participants to spend *time* applying their playful or creative *attention* to the act of *making* something symbolic or metaphorical, and then *reflecting* on it.' (p. 3). Met zijn methode wijst Gauntlett ons op een aantal belangrijke elementen. Ten eerste: het belang van tijd om na te denken, want reflectie kost tijd. Ten tweede is het maken van iets relevant, omdat je niet alles direct door middel van taal kunt uitdrukken. Een scheppende handeling kan dan als ander expressiemiddel dienen om toch tot uitdrukking te kunnen komen. De participanten maken dus zelf iets, ze creëren iets, dat ze vervolgens interpreteren en van betekenis voorzien. Naast het creatieve element, is reflecteren dus ook een belangrijk onderdeel van de methode. Gauntlett onderzoekt hoe mensen hun eigen identiteit zien en wat de grootste invloeden daarop zijn. De factoren die van invloed zijn op de eigen identiteit, duidt Gauntlett aan met het begrip *agents*. Deze agents kunnen groot of klein, abstract of concreet, psychologisch of fysiek, ver weg of dichtbij zijn. De *agents* zijn van invloed op hoe

men het leven leeft en de keuzes die daarbij worden gemaakt. Wanneer men chagrijnig wordt van in de file staan, maakt dat van de file nog geen *agent*. De invloed van een *agent* reikt verder en bepaalt op een fundamenteel niveau wie men is. Een *agent* kan een persoon zijn, zoals de partner, vrienden of de kinderen. Maar een *agent* kan bijvoorbeeld ook kunst of iets uit de natuur zijn. Gauntlett vraagt de participanten om metaforisch zichzelf uit te beelden door middel van LEGO. Hij is namelijk van mening dat een complex idee door metaforen gevangen kan worden. Al met al is Gauntlett verbaasd door de hoge mate van *Self-Identity* die mensen konden uitdrukken. In tegenstelling tot de verwachting op basis van het heersende postmoderne paradigma (de ervaring van fragmentatie), is ‘the will to coherence’ (ibid., p. 189), de behoefte aan een samenhangend verhaal over het zelf, sterk aanwezig.

Ik zie David Gauntlett als een creatieve pionier in het veld van kwalitatieve onderzoeksmethoden. Een belangrijke toevoeging van de creatieve methode van Gauntlett, aan bijvoorbeeld Visual Storytelling, is dat de participanten zelf iets maken. ‘Learning by making’ is de onderliggende constructionisme theorie van Papert, waar Gauntlett zich op baseert. (ibid., p. 131). In de masterthesis van Peters (2013) wordt een helder onderscheid gemaakt tussen het aanschouwen van beelden en het zelf maken ervan. Zij noemt dat laatste in haar scriptie: ‘(...) het creërende gebruik van beeldende middelen (...)’ (ibid., p.12). Dit is een onderscheidend kenmerk van de methode van dataverzameling in het onderzoek van Gauntlett. Hieruit volgt dat, indien er een keuzemogelijkheid is in het creërende proces, bijvoorbeeld door verschillende materialen, er nog meer informatie ontsloten wordt door de wijze waarop de verhalen uitgedrukt worden. (Siibak et al., 2012) Een andere onderzoeker, McIntosh (2011), die gebruik maakt van creatieve dataverzameling, drukt de potentie van beeldgebruik als volgt uit: ‘Using the concept of imagery as central to the data-collection process, participants are freely able to be symbolic in their production, which in turn yields artefacts for metaphorical and dialogical interpretation (...). The metaphors open up possibilities for dialogue (and therefore new ways of knowing), rather than closing them down as some methodologies do.’ (ibid., p. 93).

Gauntlett concludeert dat de creatieve en visuele methoden als alternatieve dataverzamelingsmethoden beschouwd kunnen worden. Enerzijds vanwege de tijd die er voor een reflectief proces beschikbaar is. Mensen hebben vaak geen lineair verhaal, dus door er even over na te denken, kunnen de onderlinge relaties in het verhaal uitgewerkt worden. Verschillende onderdelen van het antwoord kunnen op deze wijze tegelijk, zonder hiërarchie, gepresenteerd worden. Anderzijds is de waarde van de creatieve methode gelegen in de betekenis van het gebruik van metaforen. Doordat de respondenten de metaforen zelf maken,

zijn ze er meer mee verbonden en na de creatie ontstaat een evaluatie omdat de respondenten een eigen interpretatie geven van wat ze hebben gemaakt.

Kortom, uit bovenstaande blijken enkele vooronderstellingen die ten grondslag liggen aan de creatieve methode van Gauntlett. Ten eerste gaat Gauntlett er in het verlengde van de Zwitserse psychiater Carl Gustav Jung vanuit dat er geen kant-en-klaar ik is. Deze opvatting sluit aan bij de eveneens niet statische identiteitsopvatting van de Nederlandse psycholoog Hubert J. M. Hermans, die later aan bod komt. Gauntlett meent dat niet alles direct in woorden uit te drukken is, maar dat er tijd nodig is voor reflectie. Daaropvolgend stelt Gauntlett dat door middel van metaforen een complex idee gevangen kan worden. Het gebruik van metaforen dient dus als middel om het niet-lineaire aspect van het ik tegemoet te komen. Gauntlett laat het echter niet bij het bedenken van metaforen, maar voegt daaraan toe dat het belangrijk is om ze ook tot stand te brengen, te creëren. In zijn boek, *Making is Connecting* (2011), benadert hij creativiteit als een alledaags iets. Gauntlett ziet een ontwikkeling naar een cultuur van maken en doen in tegenstelling tot een primair overdracht model dat bestaat uit zitten en luisteren. Gauntlett verwijst daarvoor naar The Transition Movement die ‘(...) helps us to build *resilience* – one of the key Transitions words – and the *creative capacity* to deal with significant challenges.’ (p. 20).

Alledaagse creativiteit

Gauntletts creativiteitsbenadering verdient een verdere toelichting. Volgens hem zijn er namelijk twee soorten creativiteit; de creativiteit van genieën en een meer alledaagse creativiteit. De laatste betekenis is de door Gauntlett bedoelde creativiteit, wanneer hij spreekt over de creatieve methode. Het kenmerkt de creatieve methode dat: ‘... people express themselves in non-traditional (non-verbal) ways, through making something.’ (2007, p. 25). Gauntlett onderscheidt zich hiermee van de klassieke en hiërarchische opvatting van Csikszentmihalyi, voor wie aan de definitie van creativiteit wordt voldaan als het resultaat een belangrijke en erkende invloed heeft op het relevante veld. Gauntlett zet zich af tegen deze opvatting wanneer hij schrijft: ‘Creativity is something that is *felt*, not something that needs external expert verification.’ (2011, p. 79). Gauntletts definitie is naar eigen zeggen alledaags, emotie georiënteerd en gebaseerd op een procesomschrijving; dit in tegenstelling tot de meer resultaatgerichte benadering van Csikszentmihalyi.

‘Everyday creativity refers to a process which brings together at least one active human mind, and the material or digital world, in the activity of making something which is novel in that context, and is a process which evokes a feeling of joy.’
(Gauntlett, 2011, p. 76).

Uit het bovenstaande citaat blijkt nog een ander essentieel element in Gauntletts definitie van creativiteit. Naast het alledaagse karakter, benadrukt Gauntlett dat er ook plezier bij komt kijken. De bevrediging van het maken, het gevoel van te leven in het proces en de betrokkenheid met ideeën en kennis tijdens het proces van maken, is een belangrijke toevoeging. Daarnaast gaat het ook om het maken van iets dat nieuw is. Hoe verstrekkend de betekenis van deze scheppende ervaring kan reiken, blijkt uit de verwijzing van Mooren (2010) naar Van Praag over creativiteit als bron van zin. ‘Hij [Van Praag] omschrijft *zingevingen* als “mogelijkheden die (de mens) zijn bestaan als zinvol kunnen doen zien” en noemt creativiteit één van de twee basiszingevingen (Van Praag, 1978: 225)’ (p. 201). Creativiteit kent bij Van Praag een tweeledige betekenis; enerzijds de ‘vormgeving van bestaande gegevens tot een nieuw geheel (1978, p. 225)’ en anderzijds het ‘scheppend bezig zijn, iets tot stand brengen (...)’ (Mooren, 2010, p. 201). Handelen geldt vanuit deze visie als bron van zin.

Dynamische identiteit

Zoals eerder al kort is aangestipt is identiteit bij Gauntlett een dynamisch proces. Deze betekenis van identiteit is te plaatsen in de context van de late moderniteit waarin onder andere de Britse socioloog Anthony Giddens als prominent figuur fungeert. Volgens Gauntlett omschrijft Giddens het huidige tijdsframe als een tijd waarin iedereen constant vraagt wat te doen en wie te zijn. De late moderne mens kent een veelvoud aan keuzes. Giddens (1991) laat in *Modernity and Self-Identity* zien dat met het verloren gaan van tradities, de mogelijkheden voor de ontplooiing van het zelf vergroot zijn. Dit resulteert in een bewust en continu bezig zijn met onze *Self-Identity*. Dit reflectief bewustzijn is continu en veronderstelt een verhaal, een biografische continuïteit. De *Self-Identity* moet een bepaald verhaal gaande houden en het individu is daar verantwoordelijk voor. Evenals verhalen kunnen reflexieve biografieën verschillen in stijl en vorm. ‘We all have a complex matrix of ideas about ourselves, who we are and who we want to be.’ (Gauntlett, 2007, p. 1); concludeert Gauntlett op de eerste pagina van zijn boek. Voorop staat het uitgangspunt dat iedereen een ervaring van identiteit heeft, ook al is deze geconstrueerd.

Ik hanteer nog een andere, hieraan gelieerde, identiteitsopvatting. De eerder genoemde Hermans (1995) geeft, in *De echo van het ego*, twee centrale denkbeelden weer: ‘het zelf als tijd-ruimtelijk gestructureerd narratief; en (b) de aanname van een veelheid van ‘ik-posities’ waartussen dialogische relaties mogelijk zijn.’ (p. 34). Voor het eerste punt zijn de twee kenmerken, tijd en ruimte, essentieel. In de narratieve psychologie, waar het zelf gezien wordt als een narratieve constructie, vertelt een persoon ‘een verhaal over zichzelf en dat verhaal is niet alleen tijdelijk maar ook ruimtelijk gestructureerd.’ (ibidem, p. 35). Het verschil tussen tijd en ruimte is dat de eerste continu is en de tweede discontinu. Want: ‘wanneer men afziet van de kunstmatige opdeling van de tijd in gelijke tijdseenheden, en let op de subjectief beleefde tijd, is er een impressie van continu voortgaand verloop van de tijd.’ (ibid., p. 24). In tegenstelling tot de ruimte die discontinu is; er worden letterlijk grenzen aan gesteld.

Het tweede punt is beter bekend als het meerstemmige zelf. ‘In its most concise formulation, the dialogical self can be conceived of as a dynamic multiplicity of relatively autonomous I-positions in the society of mind. As in the larger society, these I-positions can receive a voice and address each other in a variety of ways.’ (Hermans, 2014, p. 139). Het beeld van een toneel waarop verschillende rollen door acteurs vertolkt worden, kan bijdragen aan het begrip van deze benadering. Er zijn een aantal kenmerken te onderscheiden in het spreken over het meerstemmige zelf. Zo zijn er verschillende posities, die aan elkaar tegengesteld kunnen zijn. Elke positie heeft zijn eigen verhaal en staat in een dialogische verhouding tot elkaar. Het kan voorkomen dat de ene positie een ander tijdelijk domineert. Over de uitkomst van de dialogische verhouding zegt Hermans: ‘As different voices involved in dialogical relationships, the I-positions exchange knowledge and experiences about their respective me, creating a complex, multivoiced, narratively structured self.’ (ibidem., p. 139).

Het gevoel van samenhang dat Gauntlett aangeeft in zijn resultaten aangetroffen te hebben, is volgens Hermans niet verwonderlijk maar een dynamiek die inherent is aan het meerstemmige zelf.

‘Centering movements, as a dynamic translation of unity, keep divergent and disorganizing experiences together as belonging to one and the same self, which experiences itself as coherent and continuous at different moments in our lives. In the larger society, there are, despite its apparent fragmentation and frequent disorganization, unifying and centering forces at work (...). In an analogous way, there are unifying movements in the form of coalitions, dialogical relationships, development of third positions, metapositions, and promoters in the minisociety of the self.’ (2014, p. 157-158)

Hermans beoogt dat de verschillende ik-posities in het zelf in een dialogische relatie tot elkaar komen te staan. Al met al ligt het dynamische karakter van identiteit niet alleen in hoe het zelf zich ten opzichte van de context verhoudt, maar ook in de interne relatie tussen verschillende ik-posities.

Thematische dimensies

Beide elementen van het dynamische karakter van identiteit gebruik ik als thema in dit onderzoek. De meerstemmigheid is één van de drie in dit onderzoek geselecteerde thema's om het onderwerp identiteit te onderzoeken. Het concept van het meerstemmige zelf gebruik ik om te onderzoeken in hoeverre de jongeren verschillende ik-posities ervaren.

Het tweede thema waarmee ik identiteit onderzoek is actorschap, een combinatie van de tijd-ruimte benadering van Hermans en het beeld dat Giddens ons schetst. Vanuit het continu/discontinu vertoog en het bewust bezig zijn met onze *Self-Identity*, kom ik tot het thema actorschap. Het gaat om het bewust onderzoeken van het zelf en hoe het zich verhoudt tot een context. Actorschap is in dit onderzoek het voertuig om over deze thematiek te spreken.

Het derde thema waarmee ik identiteit onderzoek is karaktereigenschappen. Dit thema gaat vooraf aan de andere twee en is als het ware het begin, het vertrekpunt in de uitwisseling tussen onderzoeker en de respondent over de ervaring van de eigen identiteit. De term karaktereigenschap is ogenschijnlijk geen logisch gevolgtrekking van het discours van het gepresenteerde theoretische kader, omdat dit verwijst naar statische, onafhankelijke kenmerken van een persoon en daardoor een zweem van onveranderlijkheid bij zich draagt. Desalniettemin is dit het derde thema. Het is namelijk in het alledaagse contact niet ongebruikelijk om te spreken over het hebben van bepaalde trekken of het zijn van een bepaald type. De ontwikkelingspsychologie stelt dat wanneer kinderen ouder worden, ze zichzelf steeds meer in psychologische termen gaan omschrijven. In plaats van welke kleur haar ze hebben, worden gedurende de middelbare schoolleeftijd ook de innerlijke kwaliteiten genoemd. Door deze ontwikkeling omschrijven ze zichzelf in termen van karaktertrekken, waarden en overtuigingen. (Shaffer & Kipp, 2007). Deze terminologie staat in een lange traditie. Zo spreekt de eerder genoemde Jung, een van de inspiratiebronnen van Gauntlett, over acht mogelijke persoonlijkheidstypes (Stevens, 1990). In eerste instantie onderscheidt hij personen die een dominerende introverte of extraverte persoonlijkheid hebben. Daarnaast verschillen personen ook van elkaar in vier functies: denken, voelen, gewaarworden en intuïtie. Bij elkaar maakt dat dat er acht persoonlijkheidstypes mogelijk zijn. Een meer actueel

gebruik van persoonlijkheidskenmerken vanuit de psychologie is het zogenoemde *Big Five* model. Dit wordt bijvoorbeeld gebruikt bij assessment, om een typering van de kandidaat te geven, maar het model wordt ook als onderzoeksinstrument gebruikt. (Baay, Van Aken, De Ridder & Van der Lippe, 2014). In hun artikel in het *Journal of Adolescence* presenteren ze een onderzoek aan de hand van de *Big Five* persoonlijkheidstrekken in verband met de transitie van het afronden van de opleiding en het zoeken van werk. Het gebruik van karaktereigenschappen als dimensie om identiteit te onderzoeken is gerelateerd aan een alledaags gebruik in het spreken over identiteit.

In de volgende paragraaf zal er verder worden ingegaan op de toepasbaarheid van de creatieve methode in identiteitsonderzoek bij jongeren.

2.2. De creatieve methode voor jongerenonderzoek

In deze tweede paragraaf wordt onderzocht welke aspecten van de creatieve methode van Gauntlett mogelijk wel/niet bruikbaar zijn in jongerenonderzoek en of er aanvullingen nodig zijn op de bruikbare aspecten voor jongerenonderzoek. Voor deze operationalisatie kan plaatsvinden, volgt hieronder eerst een verkenning naar de doelgroep van het onderzoek, de jongeren, in relatie tot identiteit.

Identiteit en jongeren

De jongeren die in dit onderzoek bedoeld zijn, zijn jongens en meisjes tussen de vijftien en achttien jaar oud. Deze leeftijdscategorie is gekozen vanwege de transitie waar ze aan het einde van de middelbare school periode in geraken. Alle respondenten zijn eindexamenkandidaten.

Deze paragraaf gaat over de relatie van het thema identiteit bij de doelgroep van het onderzoek; jongeren, binnen het kader van kwalitatief onderzoek. In Nederland is sinds de Tweede Wereldoorlog het jongerenonderzoek vaak vanuit beleidsmatige motieven uitgevoerd. Bij de opkomst van kwalitatief onderzoek bij jongerenonderzoek in Nederland, heeft dit over het algemeen een ‘kritisch-emancipatoir karakter’ (Abma, 1993, p. 99). Abma concludeert dat er naast het overheidsbeleid binnen het jongerenonderzoek ook een focus op ‘probleemgroepen’ ligt (ibidem, p. 101). Tegen deze achtergrond stelt dit onderzoek de ervaring van identiteit bij jongeren centraal. Het vertrekpunt is niet om de jongeren te empoweren maar om hen beter te begrijpen.

Dit onderzoek beperkt zich tot een aantal kenmerken die van invloed zijn op het onderzoeksontwerp. Bij de selectie van kenmerken is mijn mensbeeld van grote invloed.

Zoals Punch (2002) aangeeft is het beeld van waaruit de onderzoeker de jongeren ziet, bepalend voor de wijze waarop het onderzoek vorm wordt gegeven. Dus naast dat het een explicitering is van mijn uitgangspunten, betreft het tevens de verantwoording van mijn onderzoeksopzet. Ik geef in deze paragraaf aan welke elementen uit de wetenschappelijke literatuur onderliggend zijn aan dit afstudeeronderzoek.

In de door Amy L. Best geredigeerde publicatie (2007), schrijft Michael Unger over zijn mixed-method onderzoek naar weerbaarheid onder kinderen. Hij geeft daarbij aan dat het belangrijk is om recht te doen aan de heterogeniteit. Hij verwijt westers onderzoek dat zij uitgaan van een mate van homogeniteit die niet voldoende is om de complexiteit te begrijpen van de verschillende levenspaden die kinderen kunnen bewandelen. Om dat doel wel te bereiken laat hij zijn definitie van weerbaarheid door zijn doelgroep formuleren. Naar het verhaal van de kinderen luisteren is daarbij van groot belang. De betekenis van Unger voor dit onderzoek is dat boven alles de heterogeniteit ruimte moet krijgen. Aan de complexiteit van het verhaal van de respondent wordt, mede door deze aandacht voor heterogeniteit en het meerstemmigheids perspectief van Hermans, zo goed mogelijk recht gedaan. Ondanks dat Unger niet geneigd is om ontwikkeling en identiteitsvorming vanuit statische fasen te beschouwen, erkent hij wel transitie in het levenspad. Hij stelt dat de transitie van de ene ontwikkelingsfase naar de andere een belangrijke gebeurtenis is. Die transities zijn volgens Unger echter afhankelijk van belangrijke gebeurtenissen in de levens van de kinderen en niet op basis van vastliggende momenten.

De adolescentie is een van deze fasen uit de transitie benadering. De grondlegger van adolescentieonderzoek stamt volgens Bynner (2005) uit het begin van de vorige eeuw: Stanley Hall. Deze laatste was van mening dat de adolescentiefase tot het 25^{ste} levensjaar duurde. Praktische argumenten (zoals het onderwijssysteem) leidden er echter toe dat er ook definities gelden die slechts een bereik hebben tot 18 jaar. Tot die leeftijd zijn de jongeren immers makkelijker bereikbaar voor onderzoek. De conclusie van Bynner is dat er geen vaste route is voor jongeren om tot de volwassenheid te komen, maar dat deze fases vaak gelinkt worden aan sociaal maatschappelijk zaken als educatie. Dat het transitie perspectief nog steeds actieve verdedigers kent, blijkt uit het aandeel van Roberts (2007) in een discussie met Wyn en Woodman (2006). Volgens de laatste twee moet het transitie perspectief worden vervangen door het generatie perspectief in jongerenonderzoek. Dat vereenvoudigt vergelijkingen tussen bijvoorbeeld de huidige jongeren en de babyboomers. Roberts is het niet eens met het generatie perspectief. Omdat, volgens hem, dit vanuit een verouderd denkkader de jeugd benadert als een universeel psychologische ontwikkeling. Hij meent daarentegen dat het

sociaal geconstrueerd is en daarmee transitie ook niet lineair kunnen zijn. Roberts sluit de generatiebenadering niet volledig uit, hij erkent de waardevolle bijdrage van generatieonderzoek, maar stelt de dat de jeugd een levensfase is en daardoor transitioneel van karakter.

In deze sociologische discussie over generatie- versus transitiedenken, zal in dit afstudeeronderzoek de transitiebenadering gevolgd worden. Dit sluit aan bij het beeld dat de mens in zijn ontwikkeling niet universeel vaststaande stadia doormaakt, maar dat er overgangen zijn in de levensloop die bij elk mens anders kunnen verlopen. De opvatting dat ieder mens uniek is gaat aan dit uitgangspunt vooraf. De Amerikaanse ontwikkelingspsycholoog Dan P. McAdams, stelt in *The stories we live by: Personal Myths and the Making of the Self* dat 'Identity is a life story' (1993, p. 5). Hij beschouwt identiteit als een proces, dat gedurende het leven lang via narrativiteit het eigen verhaal vormgeeft. Door de inconsistenties te accepteren en naast elkaar te laten bestaan, zal er een bepaalde rust bereikt worden. Deze theorie vormt het mensbeeld dat ten grondslag ligt aan dit onderzoek en daarmee ook aan de keuze voor de transitiebenadering.

De doelgroep is benaderd vanuit een focus op de transitie van middelbare school periode naar de vervolgopleiding. Er is dus niet gekeken naar specifieke leeftijd of generatie. De leeftijdsgroep is gekozen omdat deze jongeren (nog) actief bezig zijn met de vraag "wie ben ik?" en "wat wil ik worden?". Dat het antwoord op de vraag naar wie ben ik voor de gekozen doelgroep nog niet vast staat, maakt dat het onderzoek ook voor de respondenten een zoektocht zal zijn. (Verhofstadt-Denève, 1998).

Uitdrukkingsvorm van het verhaal

De bruikbare aspecten van de creatieve methode van Gauntlett voor jongerenonderzoek zijn gerelateerd aan zijn uitgangspunt dat niet elk verhaal direct verbaal en consistent uit te drukken is. Dit is een algemene stelling die ook voor jongeren en misschien wel juist op jongeren van toepassing is. Zo betoogt Punch (2002) dat de mogelijkheden van het kind, om zich uit te drukken tegenover een volwassen onderzoeker, gemaximaliseerd dient te worden. De centrale vraag in dit onderzoek is of de creatieve methode van Gauntlett daar bruikbaar voor is.

De bruikbaarheid van de creatieve methode van Gauntlett is ook door andere onderzoekers verkend. Siibak et al. (2012) zijn daar een voorbeeld van. De rol en de vaardigheden van de participanten zijn volgens Siibak et al. vooral in de creatieve methode belangrijk, omdat de participanten in tegenstelling tot andere (visuele) methoden een aandeel

in de interpretatie hebben. Hetgeen dat gecreëerd wordt, wordt van een betekenis voorzien door de participant, degene die het gemaakt heeft. Siibak et al. zien hierin een verschil met bijvoorbeeld methoden waarbij foto's worden aangeleverd door de participanten, die vervolgens door de onderzoeker geïnterpreteerd worden. In kwalitatief onderzoek met jongeren vergt de handeling van de interpretatie een grote vertaling van vaak complex materiaal. In navolging van Gauntlett stellen Siibak et al. de stem van de onderzochte centraal en daarvoor achten zij de creatieve methode van Gauntlett bruikbaar. De bruikbaarheid van de creatieve methode van Gauntlett is volgens Siibak et al. mede bepaald doordat 'the fixation on verbal utterances that comes with interviews and other oral-based methods' mogelijk geen recht doet aan de ervaring van de jongeren. (2012, p. 252). Ook daaraan kan de creatieve methode bijdragen. Of dit door de jongeren zelf ook zo wordt ervaren, vormt de relevantie van mijn onderzoek.

Een ander opmerkelijke ervaring is dat de onderzoekers zich door het enthousiasme van de participanten gingen afvragen of de participanten zich wel realiseerden dat wat zij aan het doen waren een onderzoeksmatig doel had, aldus Siibak et al. (2012). Naast deze uitdaging, is het ook nog maar de vraag of iedereen er de voorkeur aan geeft om zijn tijd creatief door te brengen. Het vraagt wat van de verbeelding van de jongeren, van hun mogelijkheden om in beelden te kunnen denken en deze vervolgens vorm te geven. Ook vraagt het gebruik van metaforen een mate van abstract denken, die misschien niet bij alle jongeren zal aansluiten. (Drew et al., 2010; Siibak et al., 2012).

Aansluiten bij de leefwereld

Omdat de creatieve methode niet specifiek op jongeren is gericht, is het voor dit onderzoek van toegevoegde waarde om de zes methodologische aandachtspunten, voor onderzoek dat op jongeren is gericht, van Drew et al. (2010) te bekijken. Allereerst dient de vraag verkend te worden of er redenen zijn om onderzoek met jongeren anders aan te pakken.

In de literatuur wordt gesuggereerd dat de onderzoeksmethode rekening moet houden met de competenties van de jongeren, die nog niet hetzelfde zijn als bij een volwassen participant. (Drew et al., 2010; Siibak et al., 2012). Siibak et al. gaan ervan uit dat jongeren andere verbale en schrijf-competenties hebben dan volwassenen. Ook Drew et al. (2010), die visuele methoden van dataverzameling gebruiken, zijn deze mening toegedaan. 'Young people are still developing the skills and capacities to readily consider and articulate complex understandings. This is influenced both by their degree of life experience and their maturing cognitive development. Qualitative research designs involving children and young people

must take account of such considerations.’ (p. 184). Volgens Drew et al. moet de onderzoeker rekening houden met de mate van levenservaring en de nog in ontwikkeling zijnde cognitieve vermogens van de jongeren. Op basis waarvan ervan uit wordt gegaan dat de jongeren nog geen volwaardige cognitieve vaardigheden bezitten, is echter niet expliciet toegelicht. De vaardigheden, vermogens en competenties zullen waarschijnlijk per respondent verschillend zijn, maar over het algemeen is op de leeftijd van de doelgroep het denken overgegaan naar de fase van formeel-operationele denkstructuren, blijkt uit de adolescentiepsychologie. (Verhofstad-Denève, 1998). Dit betekent dat het voor de jongeren mogelijk is om los te komen van het reële en te gaan ‘naar de wereld van reflectie en theoretische constructie.’ (p. 194). In hoeverre een methode van dataverzameling afgestemd dient te worden naar aanleiding van de ontwikkeling van de vermogens van de jongeren, is niet eenduidig te beantwoorden. Het kan echter geen kwaad om de methodologisch aandachtspunten van Drew et al. te overwegen. Vrij vertaald zijn de zes elementen: participatie, machtsverhouding, betrokkenheid, een stem geven aan, empoweren en verdiepende communicatie. Alle thema’s worden aangestipt, maar op de eerste twee wordt uitgebreider ingegaan.

De mate waarin de jongeren invloed hebben op het ontwerp en de uitvoering van een onderzoek is onderwerp van een actuele discussie (Dedding, Jurrius, Moonen & Ruitjes, 2013). Vanuit de epistemologische vraag *hoe weten we iets?* zijn de jongeren niet langer alleen maar het onderwerp van onderzoek, maar kunnen ze ook een aandeel in het uitvoeren van onderzoek hebben. ‘Research is typically done for children, but not with children.’ (Langhout & Thomas, 2010, p. 60), zo luidt een veel gevoerde kritiek. Sommige onderzoekers stellen dat zonder participatie van jongeren er geen volledigheid is in het onderzoek, de kennis van jongeren is vanuit dit standpunt onmisbaar voor een compleet beeld van de situatie. (Dedding et al., 2013). Uiteraard zijn er ook genuanceerdere stellingnames, zoals Heath et al. (2009) die zeggen dat ‘in order for young people to be successfully involved in data generation, they either need a real interest in the research topic, or some ownership of the project through involvement in other stages of the research process.’ (Heath et al., 2009, p. 65).

Ook onderzoeker Punch (2002) is geïnteresseerd in de voor- en nadelen van een aangepaste onderzoeksvorm/aanpak als het om kinderen gaat. Zij stelt dat de wijze waarop de onderzoeker naar kinderen kijkt, de keuze van de methode bepaalt. Bouverne – De Bie (2004) stelt dat: ‘Vele jeugdonderzoekers signaleren dat jeugdonderzoek een inherent paradoxale opgave is, waarvan de uitkomst vaak meer zegt over de beelden van volwassenen over kinderen en jongeren, dan over die kinderen en jongeren zelf (Matthijssen, Meeus & van Wel,

1986; Abma, 1993; Janssen, 1994; Van den Bergh, 1998).’ (p. 4). Een van de problemen bij jeugdonderzoek is volgens dit platform dat ‘Jeugdonderzoek gaat over kinderen en jongeren, maar uitsluitend of overwegend uitgevoerd wordt door volwassenen. De onderzochte thema’s volgen vaak het toonaangevende beeld over kinderen en jongeren.’ (Ibidem, p. 5). Goed bedoelde ‘jeugd vriendelijke’ onderzoeksmethoden, houden echter niet altijd rekening met de vrijheid van de jongeren om deelname aan het onderzoek en de mate waarin ze deelnemen te bepalen. (Ibid., p. 7). Ook Abma (1993) stelt dat jongeren een specifiek onderzoeksobject zijn. Volgens hem staat jongerenonderzoek vaak in het teken van kennisvergaring voor volwassenen en is het voor de jongeren de vraag wat het hun oplevert. Ondanks dat het onderzoek dient om de situatie van de jongeren te verbeteren, is dat vaak vanuit de opvattingen van volwassenen gedacht. Het verschil in leefwerelden tussen onderzoeker en jongeren is volgens Abma een punt van aandacht voor de onderzoeker.

Daarnaast is in jongerenonderzoek de machtsverhouding tussen onderzoeker en onderzochte een belangrijk aandachtspunt. Volgens Punch (2002) zijn er een aantal aandachtspunten bij niet-volwassenen als doelgroep. Bijvoorbeeld dat kinderen vaak geneigd zijn om met hun antwoorden volwassenen te *pleasen*: zij kunnen een druk voelen om het juiste antwoord te geven. Daarnaast is het ook belangrijk dat er in de relatie geïnvesteerd wordt, zodat er vertrouwen kan ontstaan. Volgens Dedding et al. (2013) is het aannemelijk dat het voor jongeren lastig kan zijn om het niet eens te zijn met de volwassen onderzoeker. Bij het maximaliseren van de uitdrukingsmogelijkheden voor het kind, constateert Punch een dilemma. De intentie van waaruit de onderzoeksmethoden worden aangepast aan de doelgroep, is niet vrij van discussie. Punch propageert daarom ‘participant-centered’ in plaats van ‘child-centered’ onderzoek (2002, p. 18). Het idee om onderzoeksmethoden te bekijken vanuit een ‘participant friendly’ perspectief, spreekt mij zeer aan. Een voorbeeld hiervan is een ‘task-based’ onderzoeksmethode. Deze methode draagt bij aan het verminderen van de ongelijke machtsverhouding tussen de volwassen onderzoeker en de participant, het kind. Het vraagt echter wel van de onderzoeker dat deze met het opzetten van het onderzoeksontwerp reflexief en kritisch is naar de innovatieve benadering. Dit spanningsveld vat Punch samen in het volgende citaat: ‘The challenge is to strike a balance between not patronizing children and recognizing their competencies, while maintaining their enjoyment of being involved with the research and facilitating their ability to communicate their view of the world.’ (Ibidem, p. 18). Dit spanningsveld is cruciaal voor een goed begrip van de uitdagingen waarin dit onderzoek zich bevindt. De uitdaging van onderzoek met jongeren is volgens Drew et al. (2010) vooral de relatie met de onderzoeker en hoe gevoelig deze is voor beïnvloeding door machtsfactoren.

In andere woorden: de onderzoeker moet gevoelig zijn voor de competentie van de jongeren als ‘social actor’ (p. 183).

Een volgend element uit het lijstje van Drew et al., is het geven van een stem aan de jongeren. Uit het historische overzicht van jongerenonderzoek in Nederland is dit als ontwikkeling reeds aangeduid door Abma (1993). Ook andere onderzoekers zien deze ontwikkeling als het verlangen om een stem te geven aan de jongeren. (Dedding et al., 2013; Langhout & Thomas, 2010) Drew et al. noemen dit het streven naar ‘young people’s voices to be heard.’ (2010, p. 186). Zoals op pagina 19 is te lezen, is dit ook een doel van Gauntlett. Mede hierom benadert dit onderzoek de jongeren als experts van hun eigen leven. Een gedetailleerde verwerking hiervan is te vinden in het volgende hoofdstuk over de methodologie van dit onderzoek.

Het creëren van betrokkenheid is een van de laatste drie aandachtspunten. Door een leuke activiteit kan de interesse voor het onderzoek gewekt worden bij de respondenten. Ook is *empowerment* een punt van aandacht. Het empoweren van de respondenten is geen primair doel van dit onderzoek. Maar het is wel een kenmerk van dit ontwerponderzoek, waarin een ontwerp ontwikkeld wordt dat gericht is op het bijdragen aan de bruikbaarheid ervan voor de jongeren (zie hoofdstuk 3). Het laatste aandachtspunt is de verdieping in de communicatie. Daarmee bedoelt Drew et al. een verbreding van de onderzoeksmethoden; een gebruik van meer dan alleen talige elementen. Dit is terug te vinden in het generale doel van dit onderzoek naar de bruikbaarheid van de creatieve methode in identiteitsonderzoek.

Ondanks de breed gedragen aandachtspunten die gebaseerd zijn op Drew et al. (2010), wijzen ook Dedding et al. (2013) op kritische sociale wetenschappers die geen onderscheid zien in het doen van onderzoek met volwassenen versus kinderen en jongeren. En ook al is er geen scherpe scheidslijn, toch zien Dedding et al. het wel als taak van de onderzoeker om aan te sluiten bij de wereld van de jongeren. Daarbij waarschuwen ze wel voor leeftijdsspecifiek denken en ook voor de valkuil van een betweterige houding bij de onderzoeker. Kortom, het belangrijkste is om als onderzoeker de ‘individuele mogelijkheden’ en ‘daadwerkelijke competentie’ van de jongeren als vertrekpunt te nemen en zo goed als mogelijk aan te sluiten bij de leefwereld van de jongeren, zodat ze op hun eigen manier betekenis kunnen verlenen. (2013, p. 92). De aansluiting bij de leefwereld van de jongeren is het middel waarmee de genoemde aandachtspunten in dit onderzoek aangewend worden.

2.3. Samenvatting

In dit hoofdstuk zijn de eerste twee deelvragen van dit onderzoek beantwoord. Een belangrijk kenmerk van de creatieve methode van Gauntlett is de scheppende handeling. Doordat het tijd vergt om iets te creëren, is er aan een belangrijke voorwaarde voor de mogelijkheid van reflectie voldaan. Tevens is Gauntlett van mening dat niet alles direct door middel van taal geuit kan worden, de creatieve methode geeft daarom meer mogelijkheden het eigen verhaal uit te drukken. De vooronderstellingen die uit de creatieve methode van Gauntlett naar voren komen is dat het eigen verhaal niet lineair is en dat Gauntlett een dynamische identiteitsbenadering voorstaat. Met het benutten van de alledaagse creativiteit als bron van zin, onderzoek ik de dynamische identiteit aan de hand van de dimensies: meerstemmigheid, actorschap en karaktereigenschappen. De aspecten van de creatieve methode van Gauntlett die worden meegenomen in de uitvoering van dit onderzoek zijn gerelateerd aan zijn uitgangspunt dat niet elk verhaal direct verbaal en consistent uit te drukken is. Het vergroten van de uitdrukkingmogelijkheden voor ieders verhaal staat centraal. Om zo goed mogelijk aan te sluiten bij de leefwereld van de jongeren zijn er een aantal aandachtspunten genoemd. Bij de hantering van de creatieve methode zal er gelet worden op elementen als de betrokkenheid van de respondenten bij het onderzoek, het benaderen van de respondent als expert en een gevoeligheid voor de machtsverhouding tussen onderzoeker en onderzochte.

Hoofdstuk 3 | Methodologische verantwoording

Dit hoofdstuk vormt de methoden sectie. Het begint met een algemene aanduiding van de gehanteerde onderzoeksmethode en een beschrijving van de onderzoeksopzet (3.1). Er volgt een meer concrete toelichting van de methodologische verantwoording op het gebied van de respondentenwerving (3.2), de dataverzamelingmethoden (3.3) en tot slot de analyse (3.4).

3.1. Onderzoeksmethode en uitvoering

In deze paragraaf licht ik de onderzoeksmethode toe die de basis vormt voor dit onderzoek en beschrijf ik de onderzoeksopzet.

Het praktijkgerichte onderzoek kent een breed scala aan soorten, die in meer of mindere mate interventie als doel hebben. Smaling (2006) maakt tegen deze achtergrond een onderscheid tussen de doelstelling *van* het onderzoek en de doelstelling *in* het onderzoek. Hij benadert dit onderscheid als een spectrum. Het willen veranderen van de praktijk (als betekenis van interventie), bevindt zich in mijn onderzoek dichter bij de doelstelling *van* het onderzoek dan bij de doelstelling *in* het onderzoek. Ik beoog niet tijdens het onderzoek de praktijk te verbeteren. Maar ik streef naar het verder ontwikkelen van een methode van dataverzameling om bij te dragen aan het verbeteren van de praktijk.

Binnen het spectrum van praktijkgericht onderzoek, komt deze onderzoeksmethode het dichtst in de buurt bij ontwerponderzoek. Ontwerponderzoek beschouwt Smaling als onderdeel van ontwikkelingsonderzoek: ‘meestal heeft ontwikkelingsonderzoek betrekking op de verdere ontwikkeling van een ontwerp.’ (2006, p. 9). De praktische betekenis van ontwerponderzoek ligt in de toepasbaarheid van wat er tijdens het onderzoek gemaakt wordt.

De doelstelling van dit onderzoek is om de bruikbaarheid van de creatieve methode te achterhalen. Deze doelstelling hanteer ik met het oog op een verandering in de praktijk van onderzoek naar aanleiding van mijn bevindingen. Anders gezegd, de interventie vindt niet plaats tijdens het onderzoekstraject, maar het onderzoek draagt bij aan de verdere ontwikkeling van het ontwerp. De onderzoeksmethode die in dit onderzoek wordt gehanteerd, wordt op belangrijke punten in het ontwerponderzoek herkend.

Bij het opzetten van een onderzoek is de methodologische kwaliteit een cruciaal aspect, dat op verschillende lagen en momenten van het onderzoek de aandacht van de onderzoeker vraagt. Volgens Maso en Smaling, is de methodologische kwaliteit te definiëren als de ‘argumentatieve overtuigingskracht van de onderzoeksconclusies.’ (2004, p. 64). Om de

methodologische kwaliteit te bespreken, moeten de methodologische objectiviteit en de handelingsrationaliteit aan de orde komen, waarbij moet worden opgemerkt dat de methodologische objectiviteit een streefdoel betreft: ‘Het streven naar methodologische objectiviteit betekent in de kern recht doen aan het object van studie’. (Ibidem, p. 79). In dit onderzoek is ook de keuze van de dataverzamelmethode gemotiveerd door het recht doen aan het object van studie. Eén van de belangrijkste doelen is namelijk om met de gekozen methode inzicht in de opvattingen van de jongeren te krijgen. De al eerder aangehaalde Unger onderschrijft dit wanneer hij stelt dat: ‘we must adopt qualitative methods that can capture the perspectives of children themselves’. (Best, 2007, p. 96). In dit onderzoek wordt dus onderzocht welke kwalitatieve dataverzamelmethode hier het beste in zal slagen.

Het streven naar objectiviteit voltrekt zich door het bewaken van de validiteit en betrouwbaarheid. Bij het beogen van de validiteit, wordt gekeken naar: ‘de afwezigheid van systematische vertekeningen.’ (Maso & Smaling, 2004, p. 68). Er is sprake van validiteit wanneer wat men meet overeenkomt met wat men wil weten. De betrouwbaarheid betreft de herhaalbaarheid van het onderzoek. Of (al dan niet in theorie) een andere onderzoeker hetzelfde onderzoek zou kunnen uitvoeren met dezelfde resultaten naar aanleiding van deze rapportage. Validiteit en betrouwbaarheid spelen op het gebied van de resultaten, de methoden en de opzet. In deze paragraaf komt het laatst genoemde onderdeel van het onderzoek aan de orde.

Onderzoeksopzet

Het onderzoek is een experiment en is zodoende ook als ontwerponderzoek aan te duiden. Dit onderzoek is als het ware een pilot, waarin een ontwerp wordt gemaakt van een potentieel meer jongerenvriendelijke dataverzamelmethode en deze wordt bestudeerd. Het verloop van het onderzoek ziet er als volgt uit. Na een theoretische onderbouwing van de belangrijkste concepten, wordt een ontwerp voor de uitvoering van het onderzoek met de jongeren gemaakt. De jongeren worden een-op-een geïnterviewd en begeleid in groepen van vier bij de creatieve opdracht. Als afronding zullen alle deelnemers een terugblik werpen op de twee methoden door middel van een telefonische evaluatie. De doelgroep betreft 15 tot 18 jarige meisjes en jongens die in een transitie moment van hun leven zitten, in dit geval het eindexamen van de middelbare school.

Het traject dat de jongeren in het onderzoek doorlopen bestaat dus uit beide dataverzamelmethode, zodat de jongeren zelf ervaring opdoen en goed kunnen vergelijken. Dit is een vorm van triangulatie, al valt het niet direct onder een klassieke vorm

zoals: ‘...het combineren van verschillende verzameling- en registratiemethoden om de tekortkomingen van elk van die methoden zo veel mogelijk te elimineren.’ (Maso & Smaling, 2004, p. 63). De wijze waarop triangulatie wordt bereikt ligt in de ervaring met beide methoden die de respondenten opdoen, alvorens hun oordeel te vellen. Deze opzet is daarmee een type databronnen triangulatie.

De data worden gedurende het onderzoek onder andere verzameld door middel van interviews. De resultaten van de interviews zijn een belangrijke bron in het onderzoek omdat het een vergelijking met de creatieve methode mogelijk maakt. De creaties die tijdens de creatieve opdracht gemaakt worden zijn een andere prominente databron. Tijdens en na de creatieve opdracht en na het afnemen van de interviews zijn er fieldnotes en (methodologische) memo’s gemaakt. Het uitvoeren van beide methoden krijgt daardoor het karakter van een participatieve observatie. Naast de resultaten van de twee dataverzamelingsmethoden, dient de reflectie op de methoden ook als databron. Tot slot is het derde moment in het onderzoekstraject, de evaluatie van de methoden door de respondenten, van grote betekenis voor het onderzoek. Het geeft stem aan de ervaring van de respondenten en neemt daarmee een cruciale positie in. De verscheidenheid aan databronnen, heeft als doel om de bruikbaarheid van de creatieve methode, gebaseerd op de ervaring van de respondenten, te achterhalen.

Er is een verschil in de volgorde van de methoden per groep respondenten, om de data te kunnen wegen ten gunste van de interne validiteit. Hiermee wordt bedoeld dat, wanneer er gevraagd wordt na te denken over thema’s rondom identiteit, dit van invloed kan zijn op het antwoord dat volgt in een later stadium aangaande dezelfde thema’s. De methoden borduren inhoudelijk niet op elkaar voort. Wanneer één van de respondenten aangeeft niet meer precies te weten wat er in de eerste ontmoeting is gezegd, is de respons dat dit niet uitmaakt. De mate van interne validiteit wordt bepaald door: ‘de deugdelijkheid van de argumenten (verzamelde gegevens) en de redenering (de onderzoeksopzet en de analyse) die tot de onderzoeksconclusies geleid hebben.’ (Maso & Smaling, 2004, p. 71). Door de volgorde om te wisselen, wordt eventuele vertekening hierdoor geneutraliseerd en de deugdelijkheid bevorderd. De indeling is daarom als volgt:

Groep 1: Interview — Creatieve opdracht — Evaluatie

Groep 2: Creatieve opdracht — Interview — Evaluatie

In het individueel afgenomen interview, wordt op basis van een topiclist gevraagd naar de wijze waarop de jongeren de drie geselecteerde dimensies van identiteit zien: actorschap, meerstemmigheid, karaktereigenschappen. Omdat deze dimensies in het theoretisch kader

reeds zijn uitgewerkt, blijft de behandeling ervan in dit hoofdstuk beperkt tot een korte aanduiding. Acterschap gaat over de invloed die iemand op zijn eigen leven denkt te hebben in tegenstelling tot overlevering aan het lot. Het tweede thema is de meerstemmigheid, daaruit volgen vragen naar de ervaring van verschillende rollen in verschillende contexten en of er sprake is van uniformiteit. En tot slot de karaktereigenschappen. Die worden benaderd vanuit een tijdsdimensie. Dit gebeurt aan de hand van de volgende vragen: veranderen eigenschappen gedurende de tijd en zijn ze eerder dynamisch of statisch van aard? Deze thema's zijn leidend in de vergelijking met de creatieve opdracht.

De creatieve opdracht vindt daarentegen in groepsverband plaats. De vraag is daarbij: Hoe zie jij jezelf en wie heeft daar invloed op? Deze vraag zal ingeleid worden door uiteenlopende opdrachten waarbij verschillende manieren om creatief te zijn worden aangereikt, zoals collages maken en schilderen (zie bijlage 3). Uiteindelijk zal de vraag in twee stappen behandeld worden, de eerste stap is via metaforen (1) de identiteit karakteriseren en vervolgens worden daar *agents* (2) aan toegevoegd. De factoren die van invloed zijn (*agents*) bestaan uit externe items en interne ervaringen. Vragen daarbij zijn: Hoe zie jij jezelf, hoe zien anderen jou en hoe zou je op je best kunnen zijn? Als de jongeren iets gemaakt hebben, zal de betekenis ervan bevestigd worden. De jongeren bekijken elkaars creaties en discussiëren over de keuzes die ze gemaakt hebben (Gauntlett, 2007). Het eindigt met een korte notitie over wat er gemaakt is en wat de betekenis daarvan is (zie bijlage 4).

Op een later moment wordt gevraagd naar de ervaring van de jongeren met het gehele onderzoek, dus zowel het interview als de creatieve opdracht en hoe deze zich tot elkaar verhouden. Dit is de evaluatie. Daarnaast zullen er vragen gesteld worden om vertekening op te helderen. Zoals de invloed van de setting, de mate van veiligheid die ervaren is en een reflectie op het creatief bezig zijn. Deze evaluatie van de respondenten is een belangrijke bijdrage aan de interne validiteit, omdat het als het ware toetst of de bevindingen overeenkomen met hun eigen ervaring met het onderzoekstraject. Bij een ideaal verloop van de onderzoeksopzet is de dataverwerking afgerond alvorens de evaluatie plaatsvindt. Gedurende de uitvoering van het onderzoek, wordt duidelijk dat het te veel tijd kost om dit voornemen uit te voeren. In niet alle gevallen zijn de data uit het interview en de creatieve opdracht verwerkt ten tijde van de evaluatie. Een ander dilemma rondom de evaluatie is of het al dan niet gewenst is om aan het begin van het onderzoekstraject toe te lichten, wat er in de evaluatie gevraagd zal gaan worden. Aan de ene kant is het niet gewenst om van te voren het doel van het onderzoek te ontsluiten (bruikbaarheid van de creatieve methode); dit om vertekening uit te sluiten en de interne validiteit niet in gevaar te brengen. Aan de andere kant

zorgt dit voornemen voor problemen bij geïnteresseerde vragen van respondenten. Met het oog op het rapport, het gevoel van vertrouwen waarbij de onderzoeker de respondenten serieus neemt, is een enkele keer toegelicht dat de nadruk in het onderzoek op de bruikbaarheid van de dataverzamelmethode (creatieve methode) ligt.

De ideale versterking van de interne validiteit ligt in een directe reactie van de respondenten op de uiteindelijke bevindingen. Dat is echter niet haalbaar gebleken wegens te weinig interesse.

Tevens zal om deelvraag vijf te kunnen beantwoorden tijdens meerdere meetmomenten (door middel van kleine reflectieverslagen) de invloed van de gehanteerde methode op de verhouding, tussen onderzoeker en jongeren, gevolgd worden.

3.2. Respondenten (-werving)

De tweede paragraaf van dit methodologische hoofdstuk gaat over het benaderen van de doelgroep voor het onderzoek. In eerste instantie zijn dat jongeren uit de bovenbouw van de middelbare school, van verschillend opleidingsniveau. Uiteindelijk is de doelgroep nog specifiek geworden en zijn het uitsluitend eindexamenkandidaten.

De werving en het verkrijgen van toegang tot het veld

De werving van de respondenten begint met het maken van een flyer (zie bijlage 2). Deze is verspreid onder oud-medestudenten die de educatiemaster hebben gedaan en contacten hebben in het onderwijs. Toen daaruit geen respons volgde, werden de gatekeepers iets verder weg gezocht. Via via wordt contact gezocht met personen die werkzaam zijn in het onderwijs, maar ook dat is geen succes. Uit de reacties van de beoogde gatekeepers is op te maken dat de tijdsinvestering, die deelname aan het onderzoek van de jongeren vraagt, te groot is. Het zal voor hen daardoor niet heel interessant zijn om mee te doen, te meer als er niets tegenover staat. Er staat inderdaad helaas geen vergoeding tegenover, maar ook is het voor de respondenten niet duidelijk wat het nut is van deelname aan dit onderzoek. Na langdurig zoeken heb ik uiteindelijk mijn sociale netwerk te kennen gegeven op zoek te zijn naar jongeren voor dit onderzoek. Via familie, collega's en een vriendin zijn er, na een langdurige wervingsperiode, twee groepen van elk vier deelnemers.

De eerste groep bestaat uit een contact via een gatekeeper die drie vrienden gevraagd heeft om ook mee te doen. Allen gymnasiumleerlingen. De andere groep bestaat uit twee gezinsleden en een vriend plus een deelnemer die onbekend is met de andere drie. Alle respondenten zijn eindexamenkandidaten, waarvan de eerste groep eindexamen doet voor het

gymnasium en de andere groep is verdeeld over havo en vmbo. De twee groepen respondenten zijn dus van een verschillend opleidingsniveau, maar belangrijker is dat ze allemaal te maken hebben met eindexamens; een prominent event in hun leven. In het theoretisch kader (2.2) is dit laatste aangeduid als de definitie van een transitie. De door het transitieperspectief ingegeven identiteitsperspectief in dit onderzoek, is (zoals zojuist verduidelijkt) ook bepalend voor de opzet van het onderzoek.

Bij de totstandkoming van de twee respondentengroepen zijn er tot laat in het wervingsproces twijfels. Op enig moment is het nog onzeker of er wel vier deelnemers zijn voor de tweede groep. De afweging is dan om enerzijds te wachten en het onderzoek daardoor nog meer vertraging op te laten lopen. Anderzijds is het de vraag of het deelnemersaantal nog te verantwoorden is bij een groep met minder dan vier deelnemers. Omdat de eerste groep ook niet bestaat uit het gewenste aantal van vijf deelnemers, lijkt het een alternatief om een derde groep toe te voegen zodat er in totaal wel genoeg respondenten zijn (alleen dan verspreid over drie in plaats van twee groepen). Het nadeel daarvan is dat er dan alsnog vertraging is en een derde groep niet in de onderzoeksopzet past. De onderzoeksopzet kent slechts twee volgordes; interview — opdracht en opdracht — interview. Het idee daarachter is om zodoende een controlegroep te creëren. Een derde groep is daarbij overbodig. De conclusie die volgt uit deze overdenking is dat er gewacht wordt tot een groep van voldoende grootte is. De opzet van het onderzoek is niet gebaat bij de andere alternatieven omdat het de validiteit in gevaar zou brengen.

Informed consent

Punch (2002) stelt dat in onderzoek met kinderen vooral een ethische discussie heerst. Twee pregnante thema's daarin zijn: *informed consent* en vertrouwelijkheid. Tijdens dit onderzoek is het eerste onderwerp, *informed consent*, niet aan de orde. De deelnemers zijn namelijk niet zo jong meer, dat er toestemming van hun ouders dient te worden gevraagd. Desalniettemin zijn er bij dit onderwerp wel vragen te stellen. Bijvoorbeeld in hoeverre de deelname vrijwillig is of dat er druk wordt ervaren vanuit de omgeving? De indruk is dat de meeste respondenten hebben meegedaan, door druk uit de omgeving. Dit is echter niet wenselijk. Daarom is geprobeerd om de meeste respondenten voor het begin van het onderzoek te spreken voor een actieve (mondelijke) toestemming. Daarnaast is ook duidelijk aangegeven dat ze altijd kunnen onderbreken en kunnen stoppen met het project. Het was spannend of alle respondenten het volledige traject zouden doorlopen, wat uiteindelijk wel het geval is gebleken. Toch blijft het opvallend dat met name de eerste groep ook uiting geeft aan hun

motivatie, wanneer ze zeggen dat ze vooral meedoen om mij te helpen. Terugkijkend is daardoor deels verklaard waarom er in eerste instantie zoveel voor nodig was om überhaupt respondenten te verkrijgen. Er ligt voor hen geen noodzaak in de deelname. Wat het voor jongeren interessanter kan maken om te participeren in onderzoek is volgens Heath et al. (2009) door het minder saai te maken of door geld te geven. Een financiële vergoeding kan echter vrijwillige deelname in gevaar brengen. Een beloning kan het namelijk minder vrijblijvend maken om iemand te verbinden aan een onderzoeksproject. ‘Over onkostenvergoeding of kleine geschenken bestaat echter geen discussie.’ (Lauwers, 2013: 56). Daarom is voor die laatste optie gekozen. De respondenten zijn, na afloop van hun laatste contact voor de evaluatie (respectievelijk het interview of de creatieve opdracht) van een kleine attentie voorzien. Tevens is tijdens de creatieve opdracht en de interviews op locatie voor een kleine versnapering gezorgd.

In het kader van vertrouwelijkheid is in elk contact met de respondenten, zowel individueel als in de groep, de anonimiteit benadrukt. Ook zijn in een vroeg stadium van het onderzoek, direct na het verkrijgen van de data, de respondenten geanonimiseerd.

Subjectiviteit. Mijn eigen rol en presentatie

De subjectiviteit van de onderzoeker kent in kwalitatief onderzoek een prominente rol. Daarom is er een volledig hoofdstuk (5), waarin plaats is voor een uitgebreide reflectie van de kant van de onderzoeker. Voor nu volstaat om aan te geven dat de houding ten opzichte van de respondenten bewust afgewogen is. Het vertrekpunt is om de respondenten als experts te benaderen. Anders gezegd: vanuit interesse de ander serieus nemen, ongeacht de leeftijd. Ik heb mij daardoor niet anders voorgedaan. Te theoretisch taalgebruik is vermeden en ook is getracht geen te hippe woorden te gebruiken die ik normaal ook niet gebruik. Daarnaast heb ik geprobeerd om mij niet te formeel te kleden, waardoor de hiërarchie versterkt zou kunnen worden, of te vrouwelijk, wat ook intimiderend kan werken. Vaak is het eindresultaat een spijkerbroek met een shirtje. Dit alles met als doel om niet af te leiden van waar het om te doen is, namelijk dat de respondenten de oprechte belangstelling ervaren van waaruit ik met hen in contact treed.

Dit draagt allemaal bij aan wat ik versta onder het ‘recht doen aan het object van studie’ zoals Maso en Smaling het streven naar methodologische objectiviteit definiëren (2004, p. 79). Naast validiteit en betrouwbaarheid, is subjectiviteit dus ook een aspect in onderzoek om methodologische objectiviteit na te streven. Maso en Smaling (2004) typeren de verhouding tussen beiden als volgt: ‘Het streven naar objectiviteit betekent niet de

uitsluiting van de subjectiviteit van de onderzoeker, maar omvat juist een bereflecteerde, intelligente, positieve aanwending van de eigen subjectiviteit.’(p. 67). Hoe is getracht om mijn subjectiviteit adequaat te hanteren, is te lezen in hoofdstuk 5.

Rapport

Het rapport tussen respondenten en onderzoeker is een delicate aangelegenheid. Voornamelijk kinderen zijn kwetsbaar voor een ongelijke verhouding met de onderzoeker. (Punch, 2002). Het is aan de onderzoeker om daar rekening mee te houden en zich bewust af te stemmen op de jongere respondent. In haar proefschrift over participatief onderzoek schrijft Kitty Jurrius daarover: ‘Even belangrijk als de keuze voor een specifieke methode, is de attitude van de onderzoeker.’(2012, p. 85). Een vertrouwensband met de respondent vraagt volgens haar om een respectvolle, open en flexibele attitude van de onderzoeker. Om participatief onderzoek te laten slagen is het volgens Jurrius gewenst om buiten de gebaande paden te treden als dat de authentieke stem van de jongeren tot recht laat komen. Ondanks dat er geen participatief onderzoek uitgevoerd wordt, is het doel van dit onderzoek wel hetzelfde. Een van de gebaande paden die is verlaten, is de wijze waarop contact is onderhouden met de respondenten. Zonder uitzondering ging dat via Whatsapp, een mobiele berichtenapplicatie. Daarbij is zoveel mogelijk geprobeerd om voor de eerste ontmoeting de respondenten gesproken te hebben om eventuele vragen te kunnen toelichten.

Het contact tijdens het afnemen van de interviews en het uitvoeren van de creatieve opdracht is het voornaamste moment waarop het rapport, het vertrouwen tussen onderzoeker en onderzochte, speelt. Er is echter een bepaalde mate van differentiatie in het begrip van rapport. Maso en Smaling (2004) vinden dat het rapport het beste kan bestaan in de vorm van een dialogische relatie. Het streven naar een dialogische relatie is in de praktijk echter weerbarstig gebleken. Met name tijdens de creatieve opdracht is de meervoudige hermeneutiek en de communicatieve symmetrie (kenmerken van de dialogische relatie), weinig aanwezig. Communicatieve symmetrie is volgens Maso en Smaling als ‘er een gelijke verdeling van kansen is over de deelnemers om welke communicatieve daad dan ook maar te beginnen, te vervolgen of te beëindigen.’(p. 109) Het is niet ondenkbaar dat door het gebrek aan ervaring van de onderzoeker met het begeleiden van de creatieve opdracht de communicatieve symmetrie benadeeld is. De momenten waarop de creaties bevraagd zijn, had met meer tijd iets uitgebreid kunnen worden om tot een diepere betekenisvorming te komen. Met het begrip meervoudige hermeneutiek wijzen Maso en Smaling op de interpretatie en de herinterpretatie van de relatie tussen onderzoeker en onderzochte door de onderzoeker en de

onderzochte. Dit is een proces dat zich continu voordoet, alleen is het wel aan de onderzoeker om daar rekening mee te houden, stellen Maso en Smaling. Dit spiraalvormige proces kent tijdens de uitvoering van de creatieve opdracht echter niet veel loops. In andere woorden: de interpretatie wordt niet regelmatig geherinterpreteerd.

Ook de omgeving waar het onderzoek in plaats vindt speelt een rol. Enerzijds kan een volwassen omgeving de druk om het goede antwoord te geven bekrachtigen, anderzijds kan de eigen omgeving van het kind juist indringend zijn. (Punch, 2002). De creatieve opdracht vindt plaats op de universiteit en dat maakt duidelijk indruk. Omdat de opdracht zelf in een lokaal aan een samengestelde tafel plaatsvindt, is het idee dat na een eerste gewenning de druk bij de respondenten afneemt. Dat de meesten elkaar kennen bij



de groepsopdracht, zal hieraan hebben bijgedragen. De interviews met alle respondenten van de eerste groep, vinden plaats in een stad bij hen in de buurt. De locatie van het interview is in een rustige hoek van een brasserie. Hierbij is voor hen belangrijk dat zij niet te veel hoeven te reizen (moet namelijk al voor de creatieve opdracht) en dat het hun keuze is waar het interview plaats vindt. De tweede groep is thuis opgezocht. Er is geen groot verschil merkbaar tussen de verschillende omgevingen waarin de interviews zijn afgenomen. Indien er iets genoemd moet worden, dan zou het misschien zijn dat in de niet-thuis situatie de respondenten duidelijker met het doel kwamen om deel te nemen aan het onderzoek. De interviews in de thuisomgeving zijn daarentegen heel verschillend. Ze vinden plaats in de eetkamer of in de eigen kamer van de respondent, in één geval is er een partner bij. In dat laatste geval bleek het een belangrijke toevoeging te zijn dat er een derde persoon bij aanwezig was. Deze persoon voegt af en toe wat toe en werpt een balletje op, zonder aanwijsbaar het rapport te bedreigen. Het is lastig om in te schatten welke invloed bovenstaande factoren hebben op de data.

3.3. Dataverzamelingmethoden

Zoals Jurrius (2013) benadrukt ligt de kwaliteit van onderzoek ook in de uitvoering en het proces en niet alleen in de uitkomsten. Ook Maso en Smaling (2004) bespreken de methode in kwaliteitstermen en zien het als één van de drie niveaus waarbij betrouwbaarheid, als streven naar objectiviteit, in acht moet worden genomen. Een andere kwaliteitseis is de handelingsrationaliteit. Handelingsrationaliteit ligt volgens Maso en Smaling in een verduidelijking van het onderliggende normatieve kader van de onderzoeker. ‘Doelen, normen en waarden moeten ook zelf beargumenteerd worden, zeker voor zover ze inherent zijn aan de gekozen onderzoeksmethode en de opvatting van het object van studie beïnvloeden.’ (2004, p. 65).

Voordat er per dataverzamelingmethode gekeken wordt naar de kwaliteitsbewaking, is er een onderzoeksdoel dat kort de aandacht verdient. In de fase van dataverzameling is het doel om tot een betere aansluiting bij leefwereld van de jongeren, de respondenten, te komen. Er zijn verschillende wijzen waarop andere onderzoekers datzelfde doel nastreven. Bijvoorbeeld door participatief onderzoek waarbij de rol van de jongeren zo groot kan zijn, dat het co-onderzoekers worden. Kijkend naar de driedeling in participatief onderzoek met kinderen en jongeren, zoals naar aanleiding van Lansdown (2001) in Dedding et al. (2013) gepresenteerd wordt, valt dit onderzoek onder consultatieve participatie. Dit betekent dat de jongeren als deskundigen worden benaderd, maar geen invloed hebben op de besluitvorming.

Een andere aanpak om beter aan te sluiten bij de leefwereld van de respondenten is volgens Jurrius, Schalkers en Sarti (2013) om de keuze voor de onderzoeksmethode door de jongeren zelf te laten bepalen op basis van hun voorkeuren. Een vereiste bij deze benadering is dat de onderzoeker kennis overdraagt aan de jongeren over welke methode voor welke onderzoeksvraag geschikt is.

Ondanks dat Jurrius, Schalkers en Sarti in het participatieve karakter van onderzoek doen een stuk verder gaan dan in dit onderzoek, ligt er wel een overeenkomst in het doel dat ze ermee beogen en dat de relevantie voor dit onderzoek vormt. De auteurs willen dat de jongeren ‘...beter op hun eigen manier betekenis kunnen verlenen aan de gevonden resultaten van het onderzoek.’ (Jurrius, Schalkers & Sarti, 2013, p. 92). Ook dit is leidend voor dit onderzoek. Ik bevraag daarbij de jongeren echter op grond van hun ervaringen met de twee dataverzamelingmethoden, in plaats van dat ze opgeleid worden tot onderzoekers. Het doel is ze het te laten doen, beleven, in tegenstelling tot ze erover te onderwijzen. Ook dit is vanuit het vertrekpunt om de jongeren als experts te benaderen, maar ze niet te betrekken bij het besluitvormingsproces van het onderzoek.

Ongeacht de mate van participatie van de jongeren in het onderzoek zijn er ook een aantal algemene punten waar op gelet kan worden bij jongeren onderzoek. Gillies en Robinson (2012) komen na grondig onderzoek tot een viertal principes voor het uitvoeren van methodologisch en ethisch verantwoord onderzoek met jongeren. (a.) ‘Explain the research clearly and carefully to gain pupils informed consent. (b.) Involve them in setting ground rules and planning sessions. (c.) Avoid panicking and shifting between lots of activities in group sessions. Hold your nerve and persevere. (d) Ensure group.’ (p. 163). De eerste twee punten zijn in de vorige paragraaf behandeld en de laatste twee komen in de volgende paragraaf aan de orde.

Volgens Siibak et al. (2012) zijn er twee zaken om rekening mee te houden in onderzoek met jongeren. Ten eerste dat met taal misschien niet alles van de ervaring kan worden gedeeld. Ten tweede dat de data vervolgens geïnterpreteerd worden door de onderzoeker. Aan de hand van de term *co-construction of knowledge*, streven zij naar een gelijkwaardiger rol voor de respondent in het onderzoeksproces. Aan het eerste punt probeer ik tegemoet te komen door een alternatief te bieden met de creatieve methode. De interpretatie is inderdaad een lastig punt. In een bijna poëtisch citaat vraagt Travers (2009) op lichte cynische toon naar de wijze van datapresentatie.

Am I going to write up my data in pursuit of objectivity, as a grounded theorist, or instead emphasize the uncertainty and ambiguities of interpretation as one finds in postmodernist ethnography but also in some 1960s studies by ethnomethodologists and symbolic interactionists? Am I going to ‘just’ describe the world, a complaint regularly made by critics of interpretive or non-ironic traditions in qualitative research(...)’ (p. 172).

Travers geeft aan dat de methoden wel kunnen veranderen, maar dat sommige vragen dezelfde blijven. De interpretatie van de onderzoeker is daarbij ook onderwerp van discussie. Het verschilt per onderzoeksmethode hoe daarover gedacht wordt. Vanuit de hier gehanteerde onderzoeksmethode is enige verwantschap met wat Lauwers (2013) aangeeft over onderzoeksethiek in het algemeen. ‘Toch is denken over onderzoeksethiek niet zozeer het volgen van een code of een richtlijn, als wel een manier om de ethische dilemma’s in je onderzoek te exploreren en te onderzoeken.’(p. 59). Ik ben ook van mening dat er geen standaard antwoorden zijn voor ethische kwesties en voor de omgang met de interpretatie van de onderzoeker evenmin. In deze exploratie naar de omgang met de interpretatie van de onderzoeker, speelt de ruimte voor de stem van de respondenten in het onderzoek een grote

rol. Daarom is de evaluatie als derde moment in het onderzoekstraject opgenomen. In paragraaf 3.4 ga ik hier verder op in.

De volgende elementen van deze paragraaf gaan over de methodologische kwaliteit van de twee elicitatietechnieken (Evers, 2007), die in dit jongerenonderzoek naar identiteitsbeleving zijn ingezet. Allereerst het interview en vervolgens de creatieve opdracht.

Interview

Ik kies voor een thematisch interview in tegenstelling tot een cultureel interview. Omdat het interview niet zal gaan over het alledaagse, maar juist over een specifiek thema en hoe dat op dit moment van betekenis is in het leven van de respondenten. (Evers, 2007). Vervolgens is er een breed spectrum van de mate van structurering van het interview. Van gestructureerd tot informeel, met daartussen semigestructureerd en diepte of narratief interview (Dedding et al., 2013). Door met een topiclist te werken is het interview eerder semigestructureerd. De topiclist is een gesprekshulp, waardoor verschillende onderwerpen aan bod komen in het interview. Omdat de gehanteerde interviewstijl het boommodel betreft, is er één onderzoeksonderwerp dat de basis (stam) vormt, met verschillende thema's die daar als takken uit voortkomen. In elk interview komen alle takken aan bod, alleen kan het accent in elk interview anders liggen. (Evers, 2007)

De topiclist is opgesteld naar aanleiding van de thema's die uit de literatuur zijn geselecteerd; karaktereigenschappen, meerstemmigheid en actorschap. De vraag naar hoe ze zichzelf zien is het begin en vraagt naar hun eigenschappen. De meerstemmigheid wordt bevraagd door verschillende contexten te schetsen, bijvoorbeeld of ze met vriendinnen anders zijn dan thuis. In het kader van actorschap vraag ik in hoeverre de respondenten de ervaring hebben invloed te hebben op hoe hun leven loopt. Ook is de tijd en ruimte dimensie van identiteit, naar aanleiding van Hermans (1995), verwerkt in de topiclist. Hierdoor heb ik het ook over de ervaring van continuïteit in hun leven. Ik vraag dan bijvoorbeeld of ze zichzelf nu hetzelfde zien als een paar jaar geleden en of en wat er daarin veranderd is. Tot slot zijn de *agents*, zoals in de creatieve methode van Gauntlett, toegevoegd als thema aan de topiclist. Ik vraag dan in hoeverre zij ervaren of er iets of iemand invloed heeft op hoe zij hun leven leven.

De interne validiteit, in dit geval de bruikbaarheid van de antwoorden op de vragen, is afhankelijk van de mate waarin ze op het onderzoeksdoel zijn gebaseerd. (Evers, 2007). Ik probeer daarom om zoveel mogelijk informatie uit de interviews te verkrijgen die te vergelijken is met de resultaten uit de creatieve opdracht. Ik heb overwogen om het concept metafoor ook te gebruiken in het interview. Maar omdat het zo'n specifieke manier is om het

identiteitsvraagstuk te benaderen is het niet in het interview opgenomen. Het zou de kracht van de creatieve methode kunnen vertekenen; wanneer een aantal deelnemers ook al in het interview, voor de creatieve opdracht, kennis zouden maken met het gebruik van een metafoor bij het denken over de eigen identiteit.

Er zijn volgens Evers (2007) drie aspecten belangrijk bij het formuleren van de interviewvragen; het bereik van de vraag, de mate van sturing en het abstractie niveau. De beginvraag van het interview leent zich om te illustreren dat deze drie aspecten in de praktijk met elkaar in conflict kunnen zijn. De initiële beginvraag luidt: ‘Hoe ervaar jij jouw identiteit?’. Het bereik van deze vraag is voldoende, maar het abstractie niveau is te hoog. Deze formulering werkte niet. De vraag wordt gewoonweg niet begrepen door de respondenten. Als gevolg hiervan is naar aanleiding van Dedding et al. (2013) het advies opgevolgd om te starten met een concrete ervaring. Om de consistentie van de methode (het interview) en daarmee de interne betrouwbaarheid niet in gevaar te brengen, is de beginvraag wel in elk interview gesteld. Op de abstracte beginvraag volgt de vraag naar een situatie waarin de respondent zichzelf zou voorstellen en wat de respondent dan belangrijk vindt dat een ander van hem/haar weet. Ook vraag ik naar hoe de respondent zichzelf ziet en welke eigenschappen daarbij horen. Als een respondent moeite heeft om tot een antwoord te komen, geef ik voorbeelden van onder andere een meer extraverte persoonlijkheid of een rustiger type. Deze aanpak prikkelt een reactie, soms is dat afzetten tegen het gegeven voorbeeld, een andere keer is dat juist herkenning. Het geven van voorbeelden overstijgt hiermee het nadeel van de sturing die daarmee gepaard gaat. De alternatieve wijze van formuleren benadert echter niet direct het beoogde bereik. Door de interviewvragen zo open mogelijk te formuleren en goed door te vragen op de antwoorden op de verschillende thema’s, wordt het bereik verbreed.

Al met al is de beginvraag vrij lastig gebleken. De eisen die Evers (2007) specifiek aan de beginvraag stelt zijn: de beginvraag moet ruimer zijn dan de vraagstelling, de vraag moet het te onderzoeken gebied aangeven zonder specificaties en de vraag moet aansluiten bij de ervaring en kennis van de respondent in begrijpelijke taal. Het zwaartepunt ligt in dit onderzoek op het laatste punt. Daarom is bij de tweede groep geprobeerd het taalgebruik beter af te stemmen, te meer daar zij jonger zijn dan de eerste groep. De aansluiting bij de respondent, zonder daarbij het bereik van de vraag te hinderen, is lastig gebleken. Hierdoor is bijvoorbeeld de subvraag naar de persoonskanten, die tegengesteld aan elkaar kunnen zijn, bijgesteld. Omdat deze vraag duidelijk geen weerklank vindt bij de respondenten, is deze uiteindelijk verdwenen uit de topiclist. Achteraf gezien had er misschien meer naar *life*

changing moments, als concrete aanleiding voor een bepaald thema, gevraagd kunnen worden.

Naast de besproken topiclist dragen ook de geluidsopnames en de volledig getranscribeerde bestanden van de interviews bij aan de betrouwbaarheid van de interviewmethode.

Creatieve opdracht

Voor de helft van de respondenten is de creatieve opdracht het eerste contact met het onderzoekstraject. Bij de andere helft is een aantal weken eerder al een individueel interview afgenomen. De creatieve opdracht vindt plaats in een groep. Dit betekent dat naast het contact met de onderzoeker, de respondenten ook contact met elkaar hebben. Op één uitzondering na kennen de respondenten de anderen uit hun groepje. Het creatief bezig zijn in een groep is volgens Gauntlett (2007) belangrijk, omdat we in het gewone leven ook in samenspraak met leeftijdgenoten tot betekenis komen.

Omdat in de groep ook een opdracht wordt uitgevoerd, kan dit ertoe leiden dat het minder als een onderzoekssituatie wordt ervaren door de jongeren. Het verlegt de aandacht van de onderzoeker naar de taak of de andere respondenten. Daarnaast draagt dit ook bij aan een evenwichtiger relatie tussen onderzoeker en respondent (zie paragraaf 3.2). Meer keuzevrijheid bij de onderzoekstaak draagt hier ook aan bij. (Heath, 2009). In de creatieve opdracht wordt de jongeren, in tegenstelling tot Gauntletts ontwerp met alleen lego stenen, verschillende mogelijkheden van materiaalgebruik aangeboden.

Het eerste uur van de creatieve opdracht bestaat uit een aantal opwarmertjes, waaronder een toelichting op het concept metafoor (zie bijlage 3). Tijdens het tweede uur is de opdracht om een eigen identiteitsmodel te maken en daar *agents* aan toe te voegen. Voor het maken van het identiteitsmodel is een kinesthetische vorm, gekleurde kneedklei, gekozen. Dit heeft als doel om de respondenten zo min mogelijk te begrenzen in de vormen die ze willen gebruiken. De *agents* zijn factoren die van invloed zijn op het identiteitsmodel en worden als laatst toegevoegd. In navolging van Gauntletts onderzoeksopzet is er na afloop van de creatieve opdracht een evaluatieformulier uitgedeeld met vragen over wat er gemaakt is en waarom. Het evaluatieformulier is gedurende het onderzoek niet veranderd. Na het gebruik ervan door de eerste groep, blijkt dat de formulering van de vragen verbeterd kan worden. Hier is echter niet voor gekozen vanwege de interne validiteit; de resultaten uit het evaluatieformulier moeten vergelijkbaar blijven. Bij een eventuele aanpassing van de evaluatie zou de eerste vraag meer persoonlijk geformuleerd worden zoals: 'Hoe was het voor

jou?' of 'Hoe heb jij de creatieve opdracht ervaren?' Tijdens het invullen van de evaluatie zijn er een aantal vragen van de respondenten, met name over de volgorde. Volgens de meerderheid van de respondenten zou het beter zijn om eerst naar de metafoor te vragen en daarna naar de betekenis ervan. Ook dit punt is niet aangepast, maar het is wel opvallend omdat het iets zegt over wat voor hen belangrijk is in de uitvoering van de creatieve opdracht (zie paragraaf 4.2).

Wat wel tussentijds is bijgesteld is de leidraad en het verloop van de creatieve opdracht zelf. Bij de eerste groep bleek er een behoorlijke tijdsdruk te zijn om alles binnen de tijd gedaan te krijgen. Daarom is bij de tweede groep de eerste helft verkort, maar met meer uitleg over wat een metafoor is. Daardoor is meer de nadruk is komen te liggen op het identiteitsmodel, wat de bedoeling was.

Tijdens de creatieve opdracht is de interactie tussen onderzoeker en respondenten misschien diffuser dan tijdens het interview, maar niet minder belangrijk. Siibak et al. (2012) zeggen daarover: 'Without a doubt, the researcher needs to be present both in the literal sense of the word (being there), to be able to get a feeling of what is happening during the creative experiment, and in terms of mental awareness; one needs to be ready to interact with the participants and the situation as it unfolds, and be ready to update and make changes in the plan.' (p. 258). Zoals ook in het volgende hoofdstuk zal blijken, is bij het begeleiden van de creatieve opdracht (met name bij de tweede groep) afhankelijk van de respons een aantal voorzetjes gegeven door het geven van voorbeelden. De gewenste flexibiliteit van de onderzoeker, die uit onder andere het bovenstaande citaat van Siibak et al. blijkt, heb ik proberen toe te passen zonder de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek in gevaar te brengen.

Evaluatie van respondenten over onderzoeksmethoden

Het derde moment in het onderzoekstraject is een telefonische terugblik van de respondenten op het interview en de creatieve opdracht. De gesprekken zijn in het kader van de interne betrouwbaarheid, indien aangegeven opgenomen en/of met aantekeningen gevolgd. De interne validiteit ligt in het vragen naar de ervaring die de respondenten in het onderzoek hebben opgedaan. Zoals eerder aangegeven gaat de eindevaluatie niet over de bevindingen (die zijn er dan nog niet), maar de eigen ervaring van de respondent. Het voordeel is dat de vragen dan nog opener zijn, dan wanneer het een reactie op de bevindingen zou betreffen. Naast de algemene vragen over de beide dataverzamelmethode, vraag ik ook specifiek

naar de rol van de onderzoeker en hoe de respondenten die ervaren hebben, zie daarvoor hoofdstuk 5.

3.4. Analyse

Deze laatste paragraaf van de methoden sectie gaat over de analyse. Allereerst zal het analyseren van de interviews besproken worden en vervolgens komt de analyse van de creaties, die de respondenten tijdens de creatieve opdracht hebben gemaakt, aan bod. Het is daarbij de taak van de onderzoeker om de betrouwbaarheid (in termen van herhaalbaarheid), als objectiviteitstreven, te waarborgen. De herhaalbaarheid komt volgens Abma in gevaar bij onderzoek waarin de onderzoeker een centrale rol heeft. Dit noemt hij hermeneutisch onderzoek. De norm van hermeneutisch onderzoek is 'levensechtheid', waarbij 'de leefwereld van de jongeren gereconstrueerd wordt', aldus Abma (1993, p. 100). De rol van de onderzoeker krijgt daarom in de rapportage van dit onderzoek de nodige aandacht. Herhaalbaarheid is daarbij een streefdoel dat door inzicht in de rol van de onderzoeker nagestreefd wordt.

Bij de data-analyse is de interpretatie van de onderzoeker een complexe aangelegenheid. 'Qualitative research seeks to explore the diversity, uncertainty, ambiguity and complexity in and of practices. The acceptance of multiple perspectives welcomes creative and diverse ways of collecting, re-presenting and interpreting data. Qualitative researchers assert that knowledge generation is a complex process of interwoven and interrelated interpretations. And they seek to establish interdependent connections and relationships between knowing, feeling and doing in practice.' (Loftus, Higgs & Trede, 2011, p. 7). Maar niet alleen de variëteit aan bronnen voor de interpretatie van de onderzoeker is een uitdagende en complexe kwestie. De Franse fenomenoloog Merleau-Ponty benadrukt dat in het verwoorden van de ervaring al een oordeel schuil gaat. Het wetenschappelijke karakter van een interpretatie veronderstelt een model waarin de ervaring gepresenteerd wordt. Merleau-Ponty gaat terug naar de essentie van de ervaring. 'De fenomenologie probeert de blik te richten op de werkelijkheid zoals die zich voordoet en datgene wat geobjectiveerd is weer in de oorspronkelijke beweging van het ervaren terug te plaatsen, te laten zien wat er in die oorspronkelijke ervaring verondersteld is en wat de condities zijn waaronder een bepaalde objectivering zich kan voltrekken.' (Ettema, 2006, p. 48). Omdat een filosofische bespreking van intentionaliteit te ver voert voor dit onderzoek, blijft het bij deze opmerkingen.

Uit bovenstaande blijkt dat interpreteren een proces is dat vele uitdagingen kent. De duiding wordt daarom met zo groot mogelijke zorg uitgevoerd.

Analyse van interviews

Voor het analyseren van de interviews zijn alle interviews getranscribeerd. Tijdens het transcriberen maak ik memo's van allerlei opvallendheden, zoals een bepaald woordgebruik of de wijze waarop ik de beginvraag stel. Vervolgens codeer ik de interviews met behulp van het softwareprogramma Atlas.ti. De centrale codes zijn: eigenschappen, meerstemmigheid, actorschap en agents. Bij de eigenschappen is al snel op te merken dat het handzaam is als de eigenschappen worden gespecificeerd. Wanneer de code is aangemaakt, label ik deze direct met de specifieke karaktereigenschap die genoemd wordt. Daarnaast ontstaan er ook codes die meer met een mensbeeld te maken hebben, zoals continuïteit of statisch. Bij het spreken over de invloed van de omgeving, wordt niet altijd naar specifieke *agents* verwezen. Hierdoor is er ook een meer algemene code (context) die verwijst naar beïnvloeding.

Het gebruik van Atlas.ti draagt in het bijzonder bij aan de externe betrouwbaarheid omdat het de onderzoekstrail navolgbaar maakt voor een andere onderzoeker. Naast de open codering is in Atlas.ti ook in vivo gecodeerd, door bepaalde tekstfragmenten te selecteren vanuit de tekst. Vaak is dat een typische uitspraak die (nog) niet onder een code te plaatsen is. Zoals *“Ik kan me nu druk gaan maken, maar dat moet ik niet doen”*(respondent 1B) of *“Ik doe meestal gewoon wat ik zelf leuk vind dus”*(respondent 2A). Het in vivo coderen zorgt voor een ruimere blik en kan bijdragen aan het beter recht doen aan de data. Zo kan de beleving van de respondenten tijdens de uitvoering van het onderzoek ook worden meegenomen.

Fase twee van de analyse is axiaal coderen. De open gecodeerde codes komen samen in overkoepelende thema's. (Boeije, 2005). Bijvoorbeeld de verschillende uitspraken van de respondenten: dat ze hopen over tien jaar nog hetzelfde te zijn, of dat ze zichzelf niet zouden willen veranderen, of dat ze zo wel tevreden zijn, komen samen onder het thema houding. De volgende onderzoeksfase is het structureren. Na de uitwerking kijk ik naar de samenhang in de datagroep. (Boeije, 2005). Dit gebeurt door de codes in hoofd en subcodes in te delen en uiteindelijk tot een model of matrix of andere vorm te komen waarin de resultaten gepresenteerd kunnen worden. Het model dat in dit onderzoek wordt gebruikt is te zien in figuur 4.1. Het model bestaat uit drie schalen: Zelf, Context en Leven.

Analyse van creaties

De creaties leg ik vast door ze te fotograferen en vervolgens maak ik een schema in Excel. Daarin staan alle elementen die te zien zijn, die benoemd zijn door de respondenten en met

welke doelen de respondenten deze gemaakt hebben. Vervolgens bekijk ik de creaties op eenzelfde wijze als het open coderen van de interviews. Codes uit deze fase zijn bijvoorbeeld: eigenschappen, hobby's en dingen die belangrijk zijn. Vervolgens zijn ook de thema's actorschap en meerstemmigheid in de creaties bekeken, om de vergelijking met de resultaten uit de interviews te kunnen maken. Op basis van de aantekeningen die tijdens de creatieve opdracht zijn gemaakt ben ik nogmaals selectiever gaan kijken. Hieruit ontstaan codes die verwijzen naar de relatie tussen de *agents* en het identiteitsmodel bijvoorbeeld. Ook is er een code voor een identiteitsmodel dat een meer gefragmenteerd model is of een meer integraal beeld vormt. Door alle *comments* en memo's te noteren in het schema is de externe betrouwbaarheid bevorderd. Alle documenten zijn daarom ook zo systematisch mogelijk geordend.

Een andere onderzoeker die gebruik maakt van creatieve onderzoeksmethoden is McIntosh. Hij maakt een driedeling in de analyse en bekijkt het creatieve werk vanuit metafoor, symbool en dialoog. Om precies te zijn gebruikt hij het woord 'dialogics', dat volgens hem betekent: 'construct of voices that mean something very specific.' (ibid., 2011, p. 96). Dit geeft volgens mij weer wat Gauntlett bedoelt met 'coexisting elements' wanneer hij stelt dat hij een holistisch antwoord beoogt. (ibid., 2007, p. 183). Mensen hebben volgens hem namelijk geen lineair verhaal en met zijn creatieve methode kunnen onderdelen van het antwoord tegelijk zonder hiërarchie gepresenteerd worden.

Ik heb in navolging van het voorgaande getracht om recht te doen aan het holistische karakter van de creaties van de respondenten.

Vergelijking

Tot slot zijn de twee dataverzamelmethode vergeleken om de vraag naar de bruikbaarheid van de creatieve methode te kunnen beantwoorden. De vergelijking volgt uit de bevindingen van het onderzoek en de evaluatie van de respondenten. De bevindingen van de interviews en de creatieve opdracht zijn vergeleken op basis van de drie thema's en aangevuld met andere opvallendheden. De evaluatie van de respondenten is de validatie van mijn conclusies. Deze bronnentriangulatie draagt bij aan de methodologische kwaliteit van het onderzoek. Idealiter zouden de uiteindelijke bevindingen ook nog door de respondenten gecheckt kunnen worden. Alle respondenten is hiernaar gevraagd, maar daarin is geen interesse getoond.

Rest nog een kritische noot. Omdat er, naast de dataverzamelmethode, ook nog een tweede variabele in dit onderzoek is, namelijk het groepsverband tegenover het

individuele, zijn de conclusies mogelijk vertekend. Daarnaast is externe validiteit niet behandeld in dit hoofdstuk, omdat het doel van het onderzoek niet ligt in de generaliseerbaarheid van de resultaten.

Hoofdstuk 4 | Resultaten

Alvorens tot een vergelijking te komen tussen resultaten van de creatieve opdracht en het interview, zullen eerst de resultaten uit de klassieke dataverzamelmethode en uit de creatieve dataverzamelmethode afzonderlijk van elkaar gepresenteerd worden (4.1 en 4.2). In paragraaf 4.3 zullen aan de hand van de drie geselecteerde thema's uit het theoretisch kader de data van de verschillende verzamelmethode vergeleken worden. Tot slot is de ervaring van de respondenten met de beide dataverzamelmethode weergegeven (4.4) en volgt de conclusie (4.5).

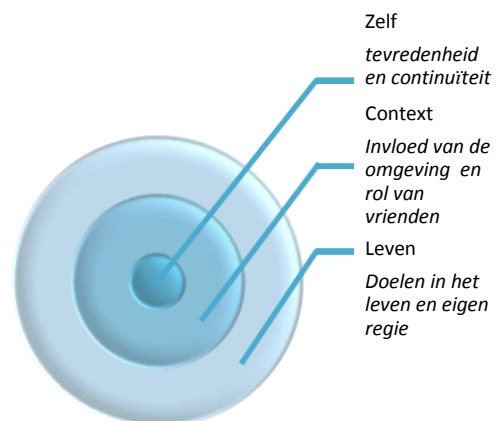
4.1. Interviews

In deze paragraaf staan de algemene resultaten van de interviews, een samenvatting van de interviews is te vinden in bijlage 1. Besproken wordt wat de respondenten in de interviews verteld hebben en dit wordt geïllustreerd door fragmenten. In de verhalen van de respondenten onderscheid ik drie schalen; het zelf, de context, het leven. Deze verdeling ontleen ik aan de analyse en is schematisch weergegeven in figuur 4.1.

Het zelf

Wat opvalt, is dat vrijwel alle respondenten blijken van een grote mate van tevredenheid met hoe zij zichzelf op dit moment zien. Dit blijkt uit verschillende uitspraken over het tevreden zijn over de levensloop tot nu toe, het tevreden zijn met het heden, tot aan de hoop om in de toekomst niet te veel te veranderen.

Daarnaast wordt de ervaring van het zelf-concept gekenmerkt door continuïteit. De respondenten geven over het algemeen aan wel eigenschappen verder ontwikkeld te hebben, bijvoorbeeld door de eigen emoties beter te kunnen beheersen, maar dit betekent volgens hen niet dat ze veel veranderd zijn. Zogeheten breukervaringen komen over het algemeen niet ter sprake. De veranderingen die wel genoemd worden, worden door de respondenten verklaard aan de hand van het volwassen worden. Zoals het minder verlegen zijn dan aan het begin van de middelbare school, of het waarderen van steeds meer zaken zelfstandig te kunnen regelen en zichzelf beter te kunnen beheersen. Een dilemma dat voor sommigen daarbij een rol speelt is de vertrouwde en bekende omgeving van dit moment ten opzichte van een nieuwe fase bij het aanbreken van het



Figuur 4.1.

volgende school-/collegejaar. Desalniettemin heeft de ervaring van continuïteit de bovenhand te samen met een algemene tevredenheid over het zelf.

In lijn met de voorgaande opmerking, maar niet minder opmerkelijk, is dat er op de vraag naar een voorbeeldfiguur met weinig enthousiasme wordt gereageerd. Dit betekent dat de afwezigheid van de behoefte aan een extern oriëntatiemodel, de eerdere notie van tevredenheid bevestigt. Dat dit echter niet betekent dat anderen geen vooraanstaande rol kunnen spelen in het leven van de respondenten, blijkt uit de volgende paragraaf.

Contextualiteit

In het figuur (4.1) is te zien dat om de kern een tweede schaal met de aanduiding context is geplaatst. Naast de uitspraken over het zelf, spreken de respondenten zonder uitzondering over de context waarin zij zich bevinden. Omdat dit mijns inziens uitdrukking geeft aan een breder perspectief, is deze schaal in het figuur iets groter gemaakt.

Ik ben verrast door het bewustzijn van en reflectie op de contextualiteit die de respondenten, zonder uitzondering in elk interview, bloot leggen. Contextualiteit staat hier voor de invloed van de omgeving op het leven en de identiteit van de respondenten. Dit thema komt in een brede variatie aan de orde. De invloed van vrienden is daarbij de voornaamste, maar het meest opvallend is de hoge mate waarin de respondenten kunnen benoemen, verklaren en relativeren. Dit gebeurt zowel op een hoog abstractie niveau als ook heel concreet. Meer abstract is bijvoorbeeld de respondent die, wanneer er doorgevraagd wordt over de persoonlijke morele standpunten, aangeeft dat deze primair worden aangeleerd door de omgeving waarin hij/zij leeft. Het goede is in die zin relatief en context gevonden. Meer concreet is de invloed van de omgeving te zien in de keuze van vrijetijdsbesteding, zoals uitgaan of welke sport er wordt beoefend. Ook in meer algemene termen geeft een van de respondenten aan, dat hij/zij zonder de vrienden sommige dingen niet zou doen.

Zoals ook uit de methodologiesectie blijkt, is naar aanleiding van de rol van *agents* in Gauntletts creatieve opdracht, ook in het interview gevraagd naar belangrijke invloeden op hoe de respondent zijn leven leeft. Vrienden hebben een groot aandeel in het leven van de respondenten. Dat die invloed verstrekkend is en haast in tegenstelling tot het weinig veranderlijke zelf zoals hier boven beschreven, blijkt uit het volgende citaat waarin een respondent dit proces omschrijft als:

“...dat je daarin mee gaat en dat ze dingen doen dat je denkt van nou, zonder jullie had ik het echt niet gedaan weetje, het is dat jullie het allemaal doen, dat soort dingen, daardoor verander je zelf ook wel een beetje”. (2D)

De *agents* zijn naast de reeds besproken vrienden ook: familie, klasgenoten, vrienden van de hobby en muziek/film/boek. In het volgende interviewfragment illustreert respondent 2B hoe de goede raad van een familielid zijn weerklank vindt in een situatie met vrienden:

R: Mijn broer zegt wel eens [naam] niet doen!
I: Ok en luister je daarnaar?
R: Soms (lacht)
I: Mmmm en bij wat voor dingen zegt ie dat?
R: Ehm, vakantie, dan zegt ie [naam] even rustig aan doen
I: Mmm, en wat gebeurt er dan op vakantie?
R: Ja weet niet, dan ga ik met vriendinnen op vakantie en dan zegt ie [naam] doe je wel voorzichtig?!
I: Ja en denk je daar dan überhaupt nog wel aan als je op vakantie bent
R: Ja
I: Je bent net op vakantie geweest, heeft hij dat toen ook weer gezegd?
R: Ja
I: Ja? En zijn er momenten geweest tijdens de vakantie dat je weer even terug dacht aan je broer?
R: Nou niet dat ik echt, maar ik houd het wel in mijn achterhoofd van, wel een beetje voorzichtig doen
I: ..Omdat je weet dat ze dat graag van je willen
R: Ja
I: Ok en doe dan ook af en toe wat voorzichtiger? Ja? Het is allemaal vertrouwelijk he, ik zeg ook niets tegen [ouders]
R: O nee, maakt mij niks uit
I: Zijn er momenten geweest waarop je dacht o dat had ik beter niet kunnen doen? Of goed dat ik dat nu niet heb gedaan
R: Even denken...Ja niet dat ik alleen in een taxi stap ofzo
I: Heb je voor dat moment gestaan dat je dat dacht?
R: Ja dat we gewoon wel allemaal bij elkaar moeten blijven, dat je niet zomaar iets gaat doen met mensen die je allemaal niet kent

Fragment 4.1

Uit het fragment blijkt dat de eerdere waarschuwing van de broer, op een later moment en op een andere locatie toch enige invloed heeft op het gedrag en daarmee op de keuzes van de respondent.

Na de illustratie van de contextualiteit in fragment 4.1, handelt de volgende paragraaf over de buitenste schaal uit figuur 4.1, die het meest abstracte niveau van uitspraken vertegenwoordigt.

Leven

Een van de respondenten vertelt: “*je moet het niet alleen van jezelf hebben maar ook met andere mensen samen iets van maken*”. (2C) Naast dat deze opmerking uitdrukking geeft aan de betekenis van de *agents*, verwijst het ‘er iets van maken’ ook naar een houding ten opzichte van het leven zelf; de derde schaal (zie figuur 4.1).

Een enkele respondent stelt uitdrukkelijk dat het belangrijk is om iets te bereiken in het leven. Voor sommige respondenten is het belangrijk om dingen goed te doen, hoewel dat voor de meesten daarvan ook stress oplevert. Niet alleen het goed uitvoeren van een toets of training is belangrijk, maar ook het goed doen in het leven, naar anderen toe, is van belang.

Daarnaast is het opvallend dat de eerste respondentenpoule collectief een ietwat nonchalante instelling, ten aanzien van hoe het leven verloopt, tentoonspreidt. Zo zeggen ze bijvoorbeeld: “*komt wel goed, maakt me verder niet zo uit*” (1A), “*ik laat het over mij heen komen*” (1B), “*dat het vast wel goed komt*”, “*ik zie wel wat er gebeurt*” (1C), “*je merkt het vanzelf wel*” (1D). Uit deze opmerkingen spreekt echter ook een vertrouwen dat de ogenschijnlijke tegenstelling, tussen enerzijds de nonchalance ten opzichte van de doelen en de druk om te presteren anderzijds, inzichtelijk zou kunnen maken.

Al met al is de indruk dat de respondenten doelen in het leven hebben en geloof in de eigen regie: het idee dat ze zelf wat van hun leven kunnen maken. Dit zal tevens in paragraaf 4.3 over actorschap aan bod komen.

4.2. Creatieve opdracht

Het enthousiasme van de respondenten bij binnenkomst, gedurende de creatieve opdracht en ook bij de terugblik op de creatieve opdracht is even opvallend als aanstekelijk. De respondenten maken tijdens de creatieve opdracht door middel van metaforen een identiteitsmodel waar ze vervolgens *agents* aan toevoegen, die staan voor elementen die invloed hebben op hun leven. Dit kunnen personen zijn, maar dat is niet uitsluitend het geval. De creaties zijn afgebeeld in bijlage 1 en gaan gepaard van een korte notitie over wat de respondenten hebben weergegeven. De resultaten die voortkomen uit de creatieve opdracht zijn in de volgende paragrafen omschreven.

Identiteitsmodel

De creatieve opdracht begint met een toelichting op het begrip metafoor en opdrachten om daarmee te oefenen. Omdat het bij de eerste groep een lastig begrip blijkt te zijn, wordt bij de

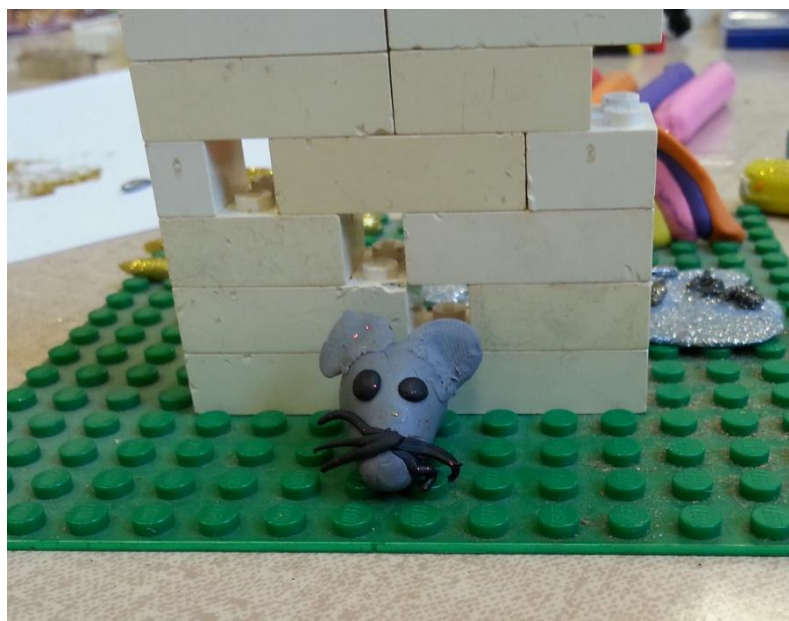
tweede groep meer tijd genomen om het uit te leggen. De bedoeling van de opdracht is om een beeldspraak op gang te brengen. Een voorbeeld daarvan is het spreken over het leven in termen van een reis. Tijdens de creatieve opdracht worden, met name door de tweede groep, voornamelijk symbolen gebruikt. Dit zijn meer directe verbeeldingen, zoals een ijsje als beeld voor eten. Het kan zijn dat het denken in metaforen, de vermogens van de respondenten uitdaagt. Dit zou evenwel kunnen verklaren waarom het de eerste groep iets minder moeilijk af lijkt te gaan, zij zijn gemiddeld ouder en hebben een hoger opleidingsniveau. Gedurende het begeleiden van de creatieve opdracht is de focus op de beeldspraak versoepeld en worden in beide groepen meer neutrale bewoordingen gebruikt zoals *het verbeelden van*.

In de identiteitsmodellen komen voornamelijk drie componenten voor, te weten: eigenschappen, hobby's en andere zaken die belangrijk zijn in het leven van de respondent. Het verschilt per creatie hoeveel en welke van deze drie componenten in het identiteitsmodel voorkomen.

De hobby's zijn vooral in de tweede groep goed vertegenwoordigd, terwijl in de eerste groep vaker creaties voorkomen die eigenschappen verbeelden. In de meeste identiteitsmodellen komen ook elementen voor die staan voor welke dingen een belangrijke rol spelen in hun leven, bijvoorbeeld het houden van koken of van een huisdier.

Op één uitzondering na geven de identiteitsmodellen over het algemeen een congruente ervaring van de eigen identiteit weer, in andere woorden zijn er op het eerste oog geen conflictsituaties verbeeld.

Een voorbeeld van een identiteitsmodel dat hierop een uitzondering vormt is te zien in figuur 4.2. Het muisje voor de muur staat voor verlegenheid en achter de muur liggen elementen die staan voor een meer uitbundige persoonlijkheid, zoals een spraakbubbel en een zon. De muur is een vriendschapsmuur; in het



Figuur 4.2

contact met mensen die de respondent niet goed kent is hij/zij verlegen, maar als het eenmaal vrienden zijn en zagezegd door de vriendschapsmuur heen zijn, komen ze in contact met een meer uitbundig karakter. Dit is een uiting van de meervoudigheid van de eigen identiteit en bovenal van de onderlinge verhouding van de karaktereigenschappen.

Opvallend is verder dat vijf van de acht creaties vlakke elementen op een ondergrond zijn. Een verklaring hiervoor is dat vier daarvan gecreëerd worden in hetzelfde groepje en de respondenten het waarschijnlijk van elkaar gezien hebben. Ook is het mogelijk dat bij de warming-up, het bouwen van een toren (zeer ruimtelijk dus), twee deelnemers nog niet aanwezig waren.

Helaas wordt het in de creatieve opdracht niet altijd duidelijk waarom de elementen waaruit de creatie bestaat belangrijk zijn, de waarde ervan wordt doorgaans niet expliciet gemaakt. Een voorbeeld daarvan is dat in de tweede groep vaak eten wordt genoemd als iets dat belangrijk is. Een toelichting, over waarom het van betekenis is voor de respondenten, blijft echter afwezig.

Agents toevoegen

Voor de creatieve opdracht is een leidraad op basis van het originele onderzoek van Gauntlett gemaakt (zie bijlage 3). Een opvallend element daarin is de aandacht voor *agents*. Dit zijn bepalende invloeden op het leven van de respondenten. Wegens tijdgebrek is in een van de twee groepen dit deel van de creatieve opdracht niet uitgevoerd met de daartoe bestemde kneedklei. Deze groep respondenten, groep 1, is daarom gevraagd om na te denken over wat zij zouden hebben gemaakt mits er genoeg tijd was. Zij hebben hun ideeën daarover aan het einde van de creatieve opdracht op het evaluatieformulier genoteerd (zie bijlage 4). Desalniettemin is het waardevol om de resultaten van dit onderwerp in deze paragraaf te bespreken. Alle respondenten noemen een persoon uit zijn of haar directie omgeving, zoals familie, maar ook specifiek de ouders of zus. Een ander veel voorkomend antwoord is “*vrienden*”. Daarnaast is er een enkeling die school of mensen die hij/zij niet kent als *agent* aanduidt. Meer abstracte *agents* zijn er op het gebied van de media of de cultuur in het algemeen. Daarentegen is er ook een concrete *agent* in de vorm van een strip genoemd, die als effect had om diegene te kalmeren. De strip is in dit geval een concreet object uit de buitenwereld dat omwille van zijn invloed op de interne belevingswereld wordt ingezet.

In de tweede groep is het verder opvallend dat twee van de vier respondenten één van de andere respondenten als *agent* toevoegen aan hun creatie. Deze twee respondenten zijn familie van elkaar. Zoals te zien is in de bijlage 1, fungeert de zus als *agent* voor haar broer en

heeft zij op haar beurt haar vriendin genoemd als *agent*. Het is aannemelijk dat de samenstelling van de groep de resultaten zodoende hebben beïnvloed. Bij de andere respondenten wordt geen van de aanwezigen bij naam als *agent* aangeduid. Wel in meer algemene termen zoals vrienden.

In een aantal gevallen staat de *agent* direct in relatie met een element dat eerder in het identiteitsmodel is weergegeven. Zoals de schaar die dreigt de zonnebloem door te knippen, waarbij de zonnebloem voor vrolijkheid staat en de schaar voor de ouders. Er is zelfs een creatie waarbij alle *agents* aan een bijbehorend element uit het identiteitsmodel zijn verbonden. De respondent voegt in dat betreffende model bijvoorbeeld een wolk met witte pijlen toe aan het doorzettingsvermogen (geleerd uit de sport), die staan voor de wind en het sterker worden en het overwinnen van angst.

Evaluatieopdracht

Het aanstekelijke enthousiasme van de respondenten is vergelijkbaar bij beide groepen. De verwachtingen zijn misschien niet al te hoog bij de respondenten, aangezien er onder andere gedacht werd een soort mindmap te moeten gaan maken of een of andere als saai ervaren opdracht. De respondenten zijn daardoor zonder uitzondering direct positief gestemd bij het zien van het Lego dat klaar ligt en helemaal uitgelaten wanneer de glitters op tafel komen. Uit de schriftelijke evaluatie die de respondenten aan het einde van de creatieve opdracht hebben ingevuld, blijkt dat ze het allemaal erg leuk vonden. Het creatief bezig zijn en dat het gezellig is, zijn de meest gegeven antwoorden. Vooral omdat de creatieve opdracht iets anders is dan luisteren en invullen, maar “*dat het niet saai was*” en het dat het draait om “*dingen doen*”, wordt gewaardeerd.

Een van de antwoorden op de vraag of ze iets geleerd hebben is: “*Dat sommige gevoelens heel goed uit te beelden zijn*” (1A; de brandstapel). Maar ondanks dat het een positieve ervaring is, is niet alles even eenvoudig. Zo is het soms lastig om te bedenken wat te maken en dat het “*af en toe wel moeilijk [is] om iets creatiefs te verzinnen*”.

Wat betreft het gebruik van de materialen, laat een respondent weten geleerd te hebben “*dat je op verschillende manieren kan kijken naar bijvoorbeeld Lego, klei en het uitbeelden van dingen*”. Het op een andere manier bekijken van dingen, door het gebruik van de diverse materialen, komt ook in een ander evaluatieformulier terug: “*Je denkt meer na over de verschillende aspecten waar jij uit bestaat*” / “*gaf me stof om over na te denken*”, “*ja, gaat nadenken over jezelf*”.

Daarentegen zijn er ook meer uiteenlopende geluiden (bij de tweede groep), zoals *“ik wist al wel hoe ik mezelf zag en wat mijn identiteit is”*. In de middenmoot bevindt zich een opmerking zoals: *“het heeft mij een soort overzicht gegeven”*. Een van de reacties waar waardering uit spreekt is: *“ik vond het wel leuk om over na te denken want zo vaak denk je daar niet over na”*.

De vergelijkende vraag over hoe de respondenten denken dat anderen hen zien en wat uit het identiteitsmodel blijkt hoe zij zichzelf zien, is geen groot succes. De antwoorden zijn namelijk eerder een feitelijke omschrijving van twee verschillende zaken. Zoals: Ik denk dat mensen mij zien als *“aardig”* en in het model zijn er cirkels te zien *“van verschillende aspecten die toch samen zijn”*. Het moge duidelijk zijn dat de antwoorden op deze twee vragen niet met elkaar in verband worden gebracht door de respondenten. Achteraf gezien lijkt dit eerder te wijten aan een tekortkoming in de vragenlijst dan aan het onvermogen van de respondenten. Ook het evaluatieformulier is op basis van het onderzoek van Gauntlett opgesteld. Terugkijkend is het echter duidelijk dat de vragen te smal zijn geformuleerd. Daardoor is het begrijpelijk dat de vragen niet uitnodigen tot een gedachte over wat het voor de respondenten betekent als ze zichzelf anders zien dan dat ze denken dat de omgeving hen ziet.

Al met al levert de creatieve opdracht veel informatie op over waar de respondenten denken uit te bestaan, maar het verhaal daarachter, de betekenis die het voor de respondenten heeft blijft te veel onderbelicht. Ondanks de twee uur durende creatieve opdracht, is er nog te weinig ruimte voor het streven om de betekenis van de creaties voor de respondenten te onderzoeken.

4.3. Vergelijking

In deze paragraaf vergelijk ik de resultaten uit de interviews en de creatieve opdracht met elkaar. Als handvat hiervoor worden de drie thema's uit de theorie in hoofdstuk 2: karaktereigenschappen, meerstemmigheid en actorschap gebruikt. Daarnaast zijn een aantal opvallendheden die buiten de theoretische thema's vallen. Deze komen tot slot aan de orde.

Karaktereigenschappen

Vrolijk, stoer, geduldig, verlegen of perfectionistisch, zomaar een greep uit de karaktereigenschappen die de respondenten in de creatieve opdracht door middel van de creaties verbeelden. Vrijwel alle respondenten maken minimaal één creatie als beeld voor een

karaktereigenschap. Een enkeling kiest ervoor om in plaats van eigenschappen verschillende interesses die belangrijk zijn in het leven weer te geven, zoals sport, kennis en creativiteit.

Karaktereigenschappen die gedurende het interview genoemd worden zijn: nieuwsgierig, koppig, ongeduldig, open, positief, sociaal. Ook eigenschappen die minder eenvoudig in één woord zijn te vangen komen ter sprake, bijvoorbeeld wanneer een respondent aangeeft dat doorgaan in het leven belangrijk is en het geen zin heeft om ergens in te blijven hangen. Of wanneer een respondent aangeeft graag aardig gevonden te willen worden. In de creatieve opdracht zijn de gebruikte eigenschappen over het algemeen iets eenvoudiger van aard. Zoals verlegen, perfectionistisch geduldig en vrolijk. Dat neemt niet weg dat er ook meer ingewikkelde eigenschappen worden verbeeld, de weerstand tegen problemen bijvoorbeeld.

Er is een verschil tussen de respondentenpoules wat betreft de overeenkomst van de eigenschappen die de respondenten en beide dataverzamelingmethoden uitdrukken. Bij de eerste groep is er bijna altijd een eigenschap die zowel in de creatieve opdracht alsook in het interview voorkomt. In de tweede groep is er slechts één respondent die in beide opdrachten een overeenkomstige eigenschap noemt. Het is echter onderwerp van discussie of een verschillende aanduiding misschien toch eenzelfde eigenschap beslaat. Bijvoorbeeld bij de respondent die in het interview aangeeft de beste te willen zijn en in de creatieve opdracht doorzetten als eigenschap vormgeeft. Zonder dezelfde woorden te gebruiken kan het alsnog voor de respondent betrekking hebben op hetzelfde onderdeel van zijn/haar identiteit.

Verder is opvallend dat het verschil in volume aan genoemde karaktereigenschappen tussen de twee respondentengroepen veel groter is in het interview dan bij de creatieve opdracht. In tegenstelling tot de tweede groep, noemt de eerste respondentenpoule in het interview juist een stortvloed aan eigenschappen. Opmerkelijk is daarbij ook dat de tweede respondentenpoule gebruik maakt van kortere en simpelere bewoordingen, zoals gezellig, of vrolijk. Dit terwijl in de eerste groep de eigenschappen regelmatig van een nuancerende toelichting worden voorzien, bijvoorbeeld in welke situaties de respondent dan geduldig is en in welke minder. Omdat het verschil tussen de groepen groter is dan binnen de groepen, is het mogelijk dat leeftijd en opleidingsniveau een bepalende factor is. In de creatieve opdracht ligt het verschil in aantal genoemde eigenschappen minder uit elkaar en betreft het eerder een accentverschil tussen de respondentengroepen.

Uit de interviews blijkt dat identiteit zowel inhoudelijk als op vorm niveau wordt begrepen. Onder inhoud vallen de concrete eigenschappen, maar met sommige respondenten

gaat het gesprek ook over de kenmerken van identiteit. Bijvoorbeeld dat eigenschappen en kenmerk van identiteit is of dat naast de eigenschappen ook de belangrijke dingen in het leven onder identiteit vallen. Ook wordt er een onderscheid gemaakt tussen een aangeboren deel van je identiteit en een deel dat gevormd wordt door de ervaringen die iemand opdoet en gebeurtenissen die iemand meemaakt. Of kortom als: *“iets dat je niet echt goed kan beschrijven”*(1C). In de creatieve opdracht over identiteit komen naast eigenschappen ook elementen voor die in het leven van de respondent belangrijk zijn voor hem of haar.

Meerstemmigheid

Het meerstemmige zelf, zoals door Hermans (2014) uiteengezet, is niet als zodanig aangetroffen in beide dataverzamelingmethoden. Er zijn echter wel fragmenten en creaties die tegen dit begrip aanleunen.

Een aantal creaties die refereren aan het discours van de meerstemmigheid komen uit de eerste respondentengroep. Allereerst de brandstapel. Opvallend aan deze creatie is dat het beeld een geheel is, dat uiting geeft aan een intern proces, te weten de weerstand tegen problemen. Op het vuur ligt het probleem, dat de respondent probeert weg te vagen. Het kroontje erop geeft aan dat het belangrijk is. Door middel van het lichte en donkere kleurgebruik, wordt uitdrukking gegeven aan een intern proces en mede aan het meerstemmige karakter daarvan. De respondent duidt de creatie zelf door een *“maakt niet zoveel uit”* -instelling te plaatsen tegenover een *“je kunt er ook wel echt over nadenken, dat moet wel”*-insteek. Daarnaast is er een andere creatie, die bestaat uit verschillend gekleurde ringen die door een levenslijn verbonden zijn; een zelfconcept dat uit verschillende elementen bestaat en desondanks een geheel vormt. Omdat de losse elementen echter geen eigenschappen voorstellen (maar onder andere sport, dat in elk ander identiteitsmodel als hobby zou worden gecategoriseerd), is het toch lastig om de creatie als meerstemmig te typeren. Een van de belangrijkste conclusies die Gauntlett trekt in zijn onderzoek, is de eenheid in de identiteitservaring en die conclusie zie ik overduidelijk in deze creatie bevestigd. Tot slot is er nog een andere creatie die ondanks de prominente rol van contextuele factoren toch iets zegt over de interne meerstemmigheid van de respondent. Een witte lego muur is opgetrokken tussen de verlegenheid en de vrolijkheid (zie figuur 4.2). Twee eigenschappen, of wellicht stemmen, die afhankelijk van de omgeving van de respondent (vrienden versus onbekenden) een grotere rol spelen. Deze contextbewustheid komen we ook tegen in de interviews.

Inderdaad is in de interviews niet zozeer de interne diversiteit benoemd, maar wel een verrassend groot bewustzijn van de invloeden die de omgeving heeft op het eigen gedrag en gedachten. Een aantal keer wordt in dit kader het woordgebruik of accent genoemd dat over wordt genomen van anderen. Over het algemeen gaan de interviews in dit verband over de verschillende rollen die de respondenten al dan niet ervaren in de verschillende vrienden groepen bijvoorbeeld (zie fragment 4.2).

R: *In het groepje vriendinnen van school voel ik me toch een soort onderaan want ik ben jonger en ik ben kleiner, en daar [hobby] dan sta je dan iets hoger omdat jij dan toch iets meer weet dan de anderen ofzo.*

I: *...verder bent*

R: *Ja verder bent in je leven en ervaringen hebt die zij dan nog op moeten doen.*

I: *Ja*

R: *En misschien ligt het daaraan, dat je dan gewoon een soort als ervarener gedraagt ofzo, hun advies geeft in plaats van erom vraagt en dat*

I: *Oja, herken je dat bij jezelf, dat je bij de ene meer advies geeft en bij de ander meer advies vraagt?*

R: *Ja meer...En dat is bij de ene meer vraag: wat zullen we doen en bij de andere meer zeg: zullen we dat doen. ...Ja gewoon. (1C)*

Fragment 4.2

Sommige respondenten daarentegen benadrukken juist dat ze niet anders zijn in een andere omgeving of bij andere mensen: *“nah ik voel, ik ben gewoon mezelf, nog steeds, dus ik ga niet per se anders denken ofzo”*(2D). Een andere respondent sluit zich daarbij aan als er gesproken wordt over het meer of minder serieus zijn in bepaalde groepen: *“de laatste tijd niet meer echt want je bent gewoon tegen iedereen gewoon meer mijzelf zeg maar”*(1D). De ervaring van overal jezelf zijn overstemt bij sommigen dus de invloeden vanuit de omgeving. Een uitspraak van een respondent hierover luidt: *“ik heb wel verschillende rollen, maar ik ben overal eigenlijk wel mijzelf”*(1B).

Alles overziend is het fragment dat het meest in de buurt komt van wat Hermans verstaat onder het meerstemmige zelf te lezen in fragment 4.1. In dit fragment is te lezen hoe het advies dat de broer van de respondent geeft als het ware een stem in haar hoofd wordt. Er is echter ook een respondent die het proces zelf benoemt:

“niet echt dat ik in mijn hoofd twee stemmen heb ofzo, maar wel gewoon van, dat ik denk van aan de ene kant wil ik dit doen maar aan de andere kant zou ik het eigenlijk niet moeten doen of zoiets. Maar niet heel duidelijk twee kanten ofzo, maar gewoon

dat ik afwegingen maak van ik kan me nu druk gaan maken maar dat moet ik niet doen (...) of iets waar ik geen zin in heb, of zenuwachtig voor ben dan denk ik van: komt goed. Gewoon mezelf moed inpraten ofzo". (1B).

Ter afsluiting van deze paragraaf is het nodig te benadrukken dat het thema van het meerstemmige zelf in beide dataverzamelingmethoden een lastig onderwerp is gebleken. Een verklaring zou kunnen zijn dat het een concept is wat enige toelichting verdient en een overtuigend begeleider om vanuit dit perspectief het eigen zelf concept te onderzoeken. In de praktijk was hier te weinig tijd voor, op beide momenten.

Actorschap

Het thema actorschap is in geen enkele creatie aan de orde. Vermoedelijk komt dit allereerst door de tijdsduur. Het is een complex thema dat uitdrukking geeft aan de mate van eigen regie in het leven. Door meer tijd te nemen voor de opdracht, zouden er wellicht meer elementen gecreëerd kunnen worden, waardoor er weer meer mogelijkheden zijn om een bepaalde verhouding uit te drukken. Daarnaast kan de afwezigheid ook verklaard worden doordat er in de opdracht niet expliciet naar wordt gevraagd.

Opvallend is het des te meer dat dit onderwerp in de interviews bij bijna alle respondenten sterke weerklank vindt. Van alle geselecteerde thema's zijn de respondenten het meest uitgesproken over het thema actorschap. Waar ze bij andere vragen aangeven dat het moeilijk is om met een antwoord te komen, is de vraag naar de mate waarin je invloed hebt op hoe je leven loopt binnen recordtijd in heldere bewoording beantwoord. Hieronder een indruk van wat de respondenten te zeggen hadden over hun ervaring van actorschap:

"dan verpest je toch ook een beetje je eigen leven als je de hele tijd, als je er niks van maakt (...). Nou, als je zelf iets wil en je gaat ervoor, dan ja dan lukt het meestal wel" (2A), "Je hebt het zelf in hand, als je je best maar doet (...). Je moet het toch allemaal zelf doen uiteindelijk (...), zelf wat maken van je leven"(2C), "maar ik denk toch dat als je echt iets wilt, dat je het wel kan doen"(2D).

Het is overduidelijk dat er een sterk vertrouwen heerst in de eigen regie op het leven, het lot is in deze context niet aanwezig. Dat voor sommigen echter wel randvoorwaarden kunnen gelden bij het vertrouwen in de eigen regie, wordt geformuleerd door één van de respondenten wanneer deze zegt: *"maar bijvoorbeeld dat ik uitlegde van als je omgeving maar goed is dan kan je doen wat je wil verder"(1A).* Verder sluit de respondent aan bij de lijn van verantwoordelijkheid voor eigen leven: *"Ehm ja, je kunt wel je eigen leven maken, maar het*

ligt er natuurlijk heel erg aan wat voor kansen je krijgt. Ik bedoel, je kunt heel veel dingen zelf”(1A).

Opvallende uitzondering is een respondent die regelmatig uiting geeft aan een wat passievere instelling door te zeggen: *“Ik laat het maar gewoon gebeuren”* en *“Ik laat het over me heen komen”*. Een combinatie tussen dit type uitspraken en het standpunt dat je zelf je levenswandel kunt bepalen, is te lezen in het volgende citaat: *“Nee, ik heb zelf gekozen, ja. Dan heb ik ook weer zoiets van ik zie wel hoe het loopt. Wat er op mijn pad komt, als er opeens een of andere kans voordoet en dat lijkt me super leuk, dan doe ik dat. En als er niets leuks komt, qua banen ofzo dan ga ik daarna op zoek gewoon naar een leuke plek”(1B).*

Dat desalniettemin het toeval volgens sommigen wel degelijk een rol speelt, blijkt uit fragment 4.3

R: Ehm, ja het zijn ook wel heel veel toeval dingen maar , ik weet niet, ik denk dat een deel van je leven wel wordt bepaald door toeval, je kan niet alles bepalen zelf, er gebeuren gewoon dingen waar je niets aan kan doen en die hebben dan meestal ook wel invloed op jou. als er..ik heb het zelf nooit meegemaakt maar als er iemand overlijdt in je omgeving dan ga je er ook anders over sommige dingen nadenken

I: Ja

R: En misschien ook ander keuzes maken maar ik denk dat toeval wel een soort invloed heeft op de kant waar je leven opgaat en je kan nooit helemaal weten..

I: Je kan het nooit helemaal zelf allemaal...

R: Nee je kan het nu wel uitstippelen maar er gebeurt altijd wel iets waardoor het verandert.”.(1C).

Fragment 4.3

Daarentegen lijkt een andere respondent behoorlijk rigoureuus, door te stellen: *“Ik denk dat je alles kan bepalen”*. Dit wordt echter van een nuance voorzien als de respondent vervolgt met: *“Tuurlijk van dat je kunt niet altijd kiezen met ziektes en dat soort dingen, je kan niet altijd kiezen hoe het loopt. Maar wel voor jezelf in grote lijnen, kan je wel kiezen hoe je er mee omgaat”(1D).* Deze respondent sluit hiermee aan op fragment 4.3, maar legt de

nadruk op de ruimte die er ligt in de keuze hoe een persoon omgaat met de dingen die iemand overkomen.

Al met al is het brede spectrum waarin de uitspraken van de respondenten zich bevinden, samen te vatten door te stellen dat ze een sterke nadruk leggen op de eigen regie, zonder te ontkennen dat ze zich daarbij wel moeten verhouden tot gebeurtenissen die zich voordoen in hun leven.

Per dataverzamelmethode leveren de thema's uiteenlopende resultaten op, die misschien wel meer vragen oproepen dan dat ze antwoorden geven. Dat bijvoorbeeld naast actorschap ook het thema meerstemmigheid weinig resultaat oplevert in de creatieve opdracht, is verbazend. Door de creatieve vrijheid van de opdracht, de handzame gekleurde kneedklei en de tijd die er is om na te denken, te vormen, aan te passen en opnieuw te beginnen, is het de verwachting dat het niet-lineaire verhaal over het ik juist meer tot uiting zou komen in de creatieve opdracht.

Daarnaast zijn er nog een aantal andere zaken die de aandacht trekken bij een vergelijking van de resultaten uit de interviews met de resultaten uit de creatieve opdracht.

Ten eerste wordt er in de interviews over het algemeen veel gerelativeerd, gebagatelliseerd en afgezwakt. De interviews zijn overwegend positieve verhalen en als er iets is dat wat lastiger is, zoals stress bijvoorbeeld, dan wordt zo'n opmerking stevast gevolgd door iets dat overeenkomt met "*T komt vast wel goed*". Dit in tegenstelling tot de creaties waarbij de brandstapel, de schaar die de bloem doorknipt of het grote en zwarte object dat voor onbekende mensen zou staan, laten zien dat het leven van de respondenten niet alleen uit zonneschijn bestaat. Daarbij kan men zich afvragen of de meer negatieve aspecten in het leven misschien lastiger uit te spreken zijn dan te verbeelden. Op basis van dit onderzoek is deze vraag niet te beantwoorden, maar opvallend is het wel dat de diversiteit van positieve en meer negatieve aspecten in de creaties groter is dan in de interviews en groter is bij de eerste groep dan bij de tweede groep. Wellicht speelt hierbij ook een rol dat de *agents* niet verbeeld zijn door de eerste groep, maar zijn opgeschreven. Dat zou wellicht veiliger gevoeld kunnen hebben dan iets te maken in het zicht van vriendinnen.

Een ander verschil tussen de eerste en de tweede groep is dat de eerste groep een uitgebreider en gedetailleerder verhaal over zichzelf kan vertellen. Ditzelfde verschil is ook te zien in de creaties, De tweede groep geeft over het algemeen een meer letterlijke weergave van de door hen gekozen onderwerpen voor de creatie. Ook zijn dit soms iets meer primaire

onderwerpen dan bij de creatieve opdracht in de eerste groep te zien zijn. Een voorbeeld hiervan is de pan met het spiegelei, het ijsje en koekje. Ook dit kenmerk zou eventueel door de gemiddelde leeftijd en opleidingsniveau verklaard kunnen worden. Uiteraard zou de samenstelling van de groepen ook nog een factor kunnen zijn om bevindingen te verklaren. Voornamelijk omdat de eerste groep allemaal in dezelfde relatie tot elkaar staan. Ze zijn allemaal vrienden van elkaar. Daarentegen is er in de tweede groep sprake van een familieband, een vriendschapsband en een deelnemer die van te voren niet bekend was met de andere deelnemers. Het zou kunnen resulteren in een onveiliger omgeving waardoor er voor meer sociaal wenselijke of simpelere creaties wordt gekozen. Deze verklaring is echter op basis van dit onderzoek niet te onderbouwen. Uit het derde contactmoment van het onderzoekstraject (zie paragraaf 4.4), is dit niet gebleken.

Zou meer inzicht in de ervaring van de respondenten met de dataverzamelingmethoden wellicht een verklaring kunnen geven voor de aangetroffen verschillen? In de volgende paragraaf wordt deze vraag verder onderzocht op basis van de terugblik van de respondenten zelf.

4.4. Evaluatie van methoden volgens respondenten

De terugblik van de respondenten op het gehele onderzoekstraject is positief. Algemeen gesteld vinden ze het leuk en gezellig om te doen en interessant om “*zo diep over jezelf na te denken*”. Daarnaast vinden ze het interessant om aangezet te worden tot nadenken over zaken waar je niet elke dag bij stil staat. Naar aanleiding van de derde deelvraag van dit onderzoek is deze paragraaf per dataverzamelingmethode ingericht.

Interview evaluatie

Een van de voordelen van het interview is volgens de respondenten dat het direct over henzelf gaat. Het interview is één op één en daarmee samenhangend als dieper en persoonlijker ervaren dan de creatieve opdracht. Daarbij is het door alle respondenten als leuk ervaren om te praten over zichzelf, het levert sommigen overzicht op en voor anderen was het vooral “*het nieuwe eraan*” dat het leuk maakte. Het voordeel van het interview is ook dat er over meer onderwerpen gesproken kan worden, dat het uitgebreid is en er duidelijkheid heerst over wat er gevraagd wordt. Ook is het een voordeel dat er meer gedetailleerde antwoorden gegeven kunnen worden door het gebruik van taal. Kortom, het is leuk om te vertellen en na te denken over jezelf en je leven.

Een nadeel van het interview als methode, is dat het soms lastig is om meteen antwoord te geven op vragen die moeilijk zijn. Ook is door sommige respondenten ervaren dat het interview meer een bepaalde kant op stuurt dan dat tijdens de creatieve opdracht het geval was.

Evaluatie creatieve opdracht

Een voordeel van de creatieve opdracht is volgens de respondenten het knutselen. Dit vinden de respondenten een leuke manier om bezig te zijn. Het voelt daardoor ook minder als een onderzoek, zo vertelde een respondent. Het wordt ook erg gewaardeerd om wat met de handen te doen en dingen te maken. Het fysiek creëren vindt aansluiting bij een deel van de respondenten, zo blijkt uit de interviews wanneer ze zichzelf beschreven, zoals is te lezen in fragment 4.4.

R: Nee ook gewoon dingen maken, daarom wil ik ook werktuigbouwkunde gaan doen, dat is ook zelf dingen, dat vind ik leuk.

I: Mmm, zou je kunnen omschrijven wat je daar leuk aan vindt?

R: Ja ik vind het gewoon leuk dat je kunt zeggen van dat is van mij en dat heb ik helemaal zelf gedaan

I: Mmm, dat je echt kan zien...

R: Of dat hebben we samen gedaan of...

I: Dat je iets kan aanwijzen of dat er iets is zeg maar, soort van...

R: Iets van dat heb ik gedaan eh (2C)

R: Ja ik zit meestal overal ergens aan, dat ik gewoon aan mijn mouw zit of als we op school zijn, zit ik altijd in iedereen etui.

I: Ja

R: Dingetjes pakken en dat soort dingen

I: Mmm

R: Dus ik ben altijd wel ergens mee aan het knutselen (2D)

Hierdoor kan je het langer onthouden, zo meende een van de respondenten. Een andere respondent sluit zich daar deels bij aan door te zeggen dat de creatieve opdracht duidelijker is omdat je eerst iets maakt en de betekenis erbij bedenkt. Een ander voordeel is dat er tijdens de opdracht meer tijd is om na te denken. Ook de afwisseling tussen het praten en het kleuren of knutselen maakt het veel leuker dan het interview. Een ander voordeel van de creatieve opdracht is dat de respondenten zelf mogen kiezen met welk materiaal ze werken, hierdoor wordt de creatieve opdracht als vrijer ervaren. Tot slot is de creatieve opdracht ook gezellig omdat het een in een groep plaatsvindt en het zodoende ook mogelijk is om bij anderen te kijken en ideeën op te doen.

De nadelen van de creatieve opdracht zijn vooral dat het als best lastig werd ervaren om iets te bedenken dat uit te beelden was. Volgens een respondent was dat voornamelijk omdat karakter eerder een abstract iets is. Het gebruik van een metafoor in de opdracht was ook moeilijk en zorgde ervoor dat, zoals één van de respondenten aangaf, dat hij/zij vooral bezig was met een goede metafoor dan met wat de vraag eigenlijk was. Een ander nadeel volgens de respondenten is dat de creatieve opdracht meer aan de oppervlakte blijft, doordat de opdracht niet gedetailleerd en uitgebreid was en maar slechts een handjevol met vragen bevatte, dit in tegenstelling tot het interview. Hierdoor heeft minimaal één van de respondenten het gevoel niet veel van zichzelf te hebben laten zien. Kortom, de opdracht is niet ideaal voor iedereen, aldus de respondenten.

Naast de voor- en nadelen van de twee methoden van dataverzameling, is er ook gevraagd naar een vergelijking tussen beiden. Het meest pregnante verschil is het spreken bij het interview versus het doen bij de creatieve opdracht. Het interview werd daardoor als meer serieus en gericht over het zelf ervaren dan het creatief bezig zijn. Deze bezigheid had minder betrekking op jezelf en volgens één respondent meer op andere personen en momenten. De overeenkomst is voornamelijk het onderwerp dat omschreven wordt als: identiteit, jezelf, over hoe ik mijzelf zag en over jezelf nadenken.

Uit de evaluatie van de respondenten blijkt dat het waarschijnlijk erg van de persoon zelf afhangt welke methode het meest bruikbaar is. Het kan voor meer gesloten personen juist heel fijn zijn om mensen iets te laten zien door middel van creaties, maar aan de andere kant kan het groepsaspect er ook voor zorgen dat deelnemers juist meer de kat uit de boom kijken en minder van zichzelf laten zien. Dit alles zijn mogelijke verklaringen die de respondenten tijdens de evaluatie opperden.

Een aantal verwachtingen die ik van te voren had zijn bevestigd of juist tegengesproken door de evaluatie van de respondenten. De aanname dat tijd om na te denken over een antwoord een rol speelt blijkt te kloppen, daarentegen is het enthousiasme ten aanzien van het interview groter dan verwacht.

Op de vraag naar welke methode hun voorkeur uitgaat, zijn vier van de respondenten voor de creatieve opdracht en zijn er twee die zich voor het interview uitspreken, de rest heeft geen duidelijke voorkeur. De eerste groep is het meest verdeeld in hun mening over de methoden. Eén respondent kiest voor de creatieve methode, een ander voor het interview. De twee overige respondenten uit de eerste groep kunnen voor beide methoden voor- en nadelen opnoemen en menen dat het aan de persoon zelf ligt welke methode het bruikbaarst is. Van de tweede groep spreken er drie zich uit voor de creatieve methode, voornamelijk omdat het leuker is. Een respondent onderschrijft die mening ook, maar vindt dat het interview een juistere respons oplevert. Dit komt overeen met het argument uit de eerste groep, namelijk dat het interview meer verdieping geeft. Ook op de vraag of de creatieve opdracht nieuwe informatie over jezelf heeft opgeleverd, zijn alle antwoordcategorieën gekozen. Het is dus geen eenduidige uitkomst, waardoor er waarschijnlijk meer richting een complementaire uitvoering gedacht zal moeten gaan worden.

4.5. Conclusie

De conclusie van dit hoofdstuk begint met een korte samenvatting, daarna zullen de vragen beantwoord worden die aan dit hoofdstuk ten grondslag liggen. Vervolgens geef ik een aanzet voor de betekenis hiervan in het licht van de hoofdvraag.

De inhoudelijke betekenis van identiteit blijkt voor de meeste respondenten, naast karaktereigenschappen, ook de dingen die belangrijk voor hen zijn te omvatten. Dat is onder andere te zien in de interviews en in de creatieve opdrachten, waar vaak hobby's en interesses worden aangeduid als dingen die belangrijk zijn in het leven. Voor de respondenten behoort dat dus ook tot hun identiteitsbegrip. Tevens bestaat de identiteitsbeleving van de respondenten uit een redelijk fundamentele basis van eigenschappen die een bandbreedte hebben waarin ze kunnen variëren en dus beïnvloedbaar zijn.

Naast deze algemene indruk, is er ook een verschil tussen de aanwezigheid van de geselecteerde thema's bij allebei de dataverzamelmethode. Het is bijvoorbeeld verbazend, dat naast actorschap ook het thema meerstemmigheid weinig resultaat oplevert in de creatieve opdracht. Paragraaf 4.3 sluit af met de vraag of de ervaring van de respondenten

zelf meer inzicht zou kunnen geven in de uiteenlopende resultaten die voortkomen uit het interview enerzijds en de creatieve opdracht anderzijds. Uit de evaluatie blijkt vooral dat de respondenten de twee onderzoeksmethoden als heel verschillend hebben ervaren en de meeste respondenten kunnen voor elke methode wel een voor- of nadeel noemen. Dat de respondenten daarbij aangeven dat beide methoden ze aan het denken hebben gezet, is als een waardevolle bijkomstigheid, maar geen doel van dit onderzoek.

De heterogeniteit van de respondenten maakt het lastig om tot eenduidige conclusies te komen. Het verschil in leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en de groepssamenstelling vertekent de resultaten meer, dan dat de transitiefase waarin zij zich allemaal bevinden, de uitkomsten verbindt. Het moment in hun leven waar ze zich allemaal bevinden is minder bepalend, ten opzichte van de andere genoemde kenmerken, dan van te voren de verwachting was. Dit betekent echter niet dat er geen enkele conclusie te trekken is.

Vooraf het verschil van de resultaten uit de interviews enerzijds ten opzichte van de creatieve opdracht anderzijds is opvallend. Het interview lijkt meer ruimte te geven aan de details en nuances van de verhalen van de respondenten. Zelf waarderen ze de methode vanwege de juistheid en verdieping. Daarentegen is het de vraag in hoeverre de sociale wenselijkheid van de antwoorden en de afwezigheid van plekken der moeite in de interviews, de juistheid ondergraaft. Het is aannemelijk dat het verleidelijk is om jezelf in een interview sociaal wenselijk te presenteren. De overwegend positieve toon uit de interviews is minder prominent aanwezig in de creaties. In de creaties van groep 1 zijn ook meer donkere, minder positieve elementen aanwezig. In hoofdstuk 3 vraag ik mij af wat het zou kunnen betekenen dat er respondenten zijn die vinden dat in het evaluatieformulier eerst de metafoor en dan pas de betekenis ervan toegelicht zou moeten worden. Tegen de achtergrond van dit hoofdstuk ben ik geneigd te stellen dat niet het verhaal (hoe zij zich presenteren), maar het beeld van de creaties gevoelsmatig het vertrekpunt is voor de respondenten in de creatieve opdracht. Dit kan betekenen dat de sociale wenselijkheid van de antwoorden wellicht minder is met de creatieve opdracht. Het verlies van detail en nuance uit de interview is met de creatieve opdracht echter niet volledig op te vangen.

De vraag naar de bruikbaarheid van de creatieve methode is naar aanleiding van de bevindingen uit het onderzoek mijns inziens beter in te steken vanuit het idee om te kijken naar de meerwaarde ervan, dan of het wel of geen volwaardig alternatief biedt als dataverzamelmethode. Ik beoog hiermee een meer bescheiden positie in te nemen ten opzichte van de waarde van de creatieve methode voor kwalitatief onderzoek dan dat

McIntosh ons wil doen laten geloven wanneer hij stelt: 'These media have uncovered hidden talents, revisited lost skills, or simply provided ways of illustrating feelings impossible to represent through words alone.' (2011, p. 95).

Hoofdstuk 5 | Reflectie van de onderzoeker

Dit hoofdstuk is opgesteld vanwege de waarde die ik persoonlijk hecht aan de reflectie van de humanistische onderzoeker, als onderdeel van een kwalitatief goed onderzoeksproces. Ik zal specifiek ingaan op de verhouding tussen onderzoeker en onderzochte (5.1) en dit aanvullen met enkele centrale momenten uit het onderzoek die volgens mij om reflectie vragen (5.2). In de laatste paragraaf sluit ik af met de onderliggende waarden van waaruit ik als humanistiek onderzoeker in dit onderzoek heb gehandeld.

Theoretische motivatie

Wat mij opvalt bij kwalitatief onderzoek is de aandacht voor de subjectiviteit van de onderzoeker en het enorme pakket van taken, eigenschappen en talenten dat van de kwalitatieve onderzoeker gevergd worden. Zoals Higgs en Titchen (2011) stellen: ‘As the instrument of the research, the qualitative researcher needs to be self-aware, reflexive, curious, imaginative, creative, sensitive, mature, wise and knowledgeable.’ (p. 303).

Subjectiviteit kan een kracht zijn binnen het kwalitatieve onderzoek, zolang er sprake is van inzicht bij de onderzoeker, zoals beschreven in het vorige hoofdstuk. Inzicht in de handelwijze alleen, is echter niet voldoende. Subjectiviteit wordt pas echt blootgelegd wanneer de onderzoeker een reflexieve houding kan tonen. Immers: ‘Reflexivity should be a central part of the research process with children, where researchers critically reflect not only on their role and their assumptions (Davis, 1998), but also on the choice of methods and their application.’ (Punch, 2002, p. 4). De methodologische verantwoording is te lezen in hoofdstuk 3. De andere punten waar Punch aandacht voor vraagt, zoals de rol en de aannames van de onderzoeker, staan centraal in dit hoofdstuk.

5.1. De verhouding tussen de onderzoeker en de onderzochte

Om antwoord te geven op de vijfde deelvraag wat de invloed is van de onderzoeksmethoden op de verhouding tussen de onderzoeker en onderzochte, zijn er memo's gemaakt en worden de respondenten hierover bevraagd tijdens het evaluatiegesprek. De memo's zijn gemaakt na afloop van de interviews, de creatieve opdracht en tijdens de analyse van de data in de systemen die ik daarvoor gebruik.

Een betekenisvol punt in de reflectie van de onderzoeker vindt plaats direct na de interviews van de eerste groep. De indruk wordt gewekt dat de respondenten vooral deelnemen vanuit de motivatie de onderzoeker te helpen, ondanks dat zij de onderzoeker niet kennen. Na die eerste interviewronde realiseer ik me dat er sprake is van een andere relatie,

dan ik tot nu toe heb ervaren in mijn opleiding. De verhouding tussen de respondenten en mij is anders. Ik heb niet de rol van begeleider die ik ken vanuit humanistiek, maar de respondenten verlenen mij als het ware een gunst, zij zijn er voor mij. De vraag komt dan bij mij op wat zij eraan hebben, is hulpvaardigheid de enige motivatie? Als dat het geval is, is het moeizame verloop van de respondentenwerving grotendeels verklaard. Mijn begeleider geeft mij de tip om de flyer meer te richten op wat het de respondenten biedt om deel te nemen aan het onderzoek. Dit kan door de communicatie aan te passen en duidelijk te maken dat het een methode is die hun kan helpen. Ik zie als voordeel van deelname aan het onderzoekstraject de tijd en ruimte die de respondenten krijgen om stil te staan bij zichzelf. Het is uiteraard maar de vraag of daar ook behoefte aan is. Nog voor ik de flyer heb aangepast, is de tweede groep respondenten verzameld.

Tijdens de evaluatie spreek ik de respondenten individueel over hun ervaring en de betekenis daarvan met de gezamenlijke creatieve opdracht en het individuele interview. Eén van de vragen uit de evaluatie richt zich specifiek op de verhouding tussen de onderzoeker en de onderzochte. Naar aanleiding van Siibak et al. (2012) over de verschuivende machtsbalans tussen onderzoeker en onderzochte tijdens een creatieve opdracht, waarbij als het ware een co-constructie optreedt bij het verkrijgen van nieuwe kennis, vraag ik mijn respondenten naar hun ervaring van gelijkheid en *co-construction of knowledge*. Uit de evaluatie met de respondenten blijkt dat er meer ruimte in de creatieve opdracht werd ervaren en het minder sturend was dan het interview. Voornamelijk het verschil van situatie is daarbij belangrijk volgens de respondenten. Doordat er eerst een beetje gerommeld kon worden en de groepssituatie, werd de creatieve opdracht als minder officieel ervaren en dat draagt bij aan een meer gelijke ervaring van praten met elkaar, aldus enkele respondenten. Daarentegen zijn er ook een aantal die ondanks het verschil in situatie, de relatie met de onderzoeker hetzelfde waarderen; in beide situaties is de onderzoeker die de vraag stelt of de opdracht geeft. Sommigen wijzen op de diepere band bij een één op één interview, terwijl anderen juist waarderen dat er tijdens de creatieve opdracht, het bezig zijn, er tijd is om na te denken over wat hij/zij zou gaan zeggen waardoor hij/zij zich meer op zijn/haar gemak voelde. Op basis van de evaluaties kan de hypothese naar aanleiding van Siibak et al. (2012), over de meer gelijkwaardige relatie bij de kennisverwerving tussen onderzoeker en onderzochte tijdens de creatieve opdracht, niet bevestigd worden. De persoonlijke voorkeuren van de respondenten kennen daarvoor een te brede variatie.

Naast de rol van de onderzoeker, die hierboven in het kader van de verhouding ten opzichte van de respondent is besproken, spelen ook de aannames van de onderzoeker een rol bij de subjectiviteit. Een van de voornaamste aannames is volgens Punch (2002) dat de onderzoeker denkt het perspectief van het kind te kennen, maar als volwassen zijn we dit volgens haar al snel ontgroeid. Mijn ervaring is dat ik inderdaad het idee heb dichterbij de respondenten te staan dan dat ik denk dat zij dat bij mij hebben. Ik heb getracht mijzelf voor deze valkuil te behoeden door in mijn houding zowel aandacht te geven aan professionaliteit als authenticiteit. In de literatuur over normatieve professionalisering, heb ik kennis gemaakt met het krachtenveld waarin een professional zich kan bevinden (Van den Ende, 2011). Dit heeft betrekking op de dilemma's die een professional in de beroepspraktijk kan ervaren, door (morele) belangen die soms conflicterend kunnen zijn. Een voorbeeld van zo'n dilemma is soms de verhouding tussen professionaliteit en authenticiteit gebleken. De thema's authenticiteit en professionaliteit hebben daarom veel aandacht gekregen. Door mijzelf als professional te presenteren en mij niet te amicaal op te stellen, beoog ik het vertrouwen te krijgen van de respondenten, aangaande de kwaliteit van het proces waar zij ook deel van uitmaken en in investeren. Daarnaast heeft de bewaking van authenticiteit als doel om het vertrouwen van de respondenten te krijgen in de oprechte belangstelling die ik voor hen heb. Daarmee tracht ik het rapport en de openheid in het contact positief te beïnvloeden. Het is voor mij een zoektocht gebleken om een professionele houding met behoud van authenticiteit te ontwikkelen. Deze spanning komt bijvoorbeeld in de contacten via Whatsapp naar voren. Ik vraag mij daarbij af of het professioneel is om dit medium te gebruiken, of dat dit juist aansluiting vindt bij de leefwereld van de respondenten? Door dit contact zo authentiek mogelijk vorm te geven is het (volgens) mij gelukt om een professionele afstand te bewaren zonder verlies van betrokkenheid.

Al met al ervaar ik de verhouding tussen de onderzoeker en de onderzochte vanuit het perspectief van het gehele onderzoekstraject. Per dataverzamelmethode zijn er een aantal (persoonsgebonden) voor- en nadelen te noemen die in het volgende hoofdstuk zijn samengevat.

5.2. Aanvullende reflectiemomenten

In deze paragraaf is een kleine selectie gemaakt van uiteenlopende reflectiemomenten tijdens het onderzoeksproces. Dit is mogelijk dankzij de memo notities die ik gedurende het onderzoek heb gemaakt na het afnemen van de interviews, het begeleiden van de creatieve opdracht, maar ook als mij op andere momenten iets inviel heb ik dat genoteerd.

Zo bleek tijdens een van de interviews, dat de vriendin van de interviewee ook aanwezig was bij het interview. Zij kwam mee de kamer in, waar ik al klaar zat. Ik heb een moment getwijfeld, maar besloot er niets van te zeggen om de keuze aan de interviewee te laten. Het risico is dat de respondent in zijn/haar antwoorden wordt beïnvloed door de aanwezigheid van een derde. Echter, ik heb de afweging gemaakt om de respondent te laten aangeven wat voor hem/haar zo aangenaam mogelijke omgevingsfactoren zijn voor het interview. Vandaar ook de eigen slaapkamer als interviewlocatie. De rol van de vriendin bleek summier. Ze heeft enkele malen een opmerking geplaatst, toen dit gevraagd werd door de interviewee. Uiteindelijk bleek dat haar suggesties een waardevolle aanvulling waren op het verhaal van de interviewee. Die viel af en toe een beetje stil en dan had zij nog aanvullende suggesties. Wat verder haar invloed is geweest op wat de interviewee wel of niet heeft verteld is uiteraard onbekend.

Daarnaast ben ik gedurende het onderzoek veranderd van inzicht wat betreft de hoeveelheid informatie die ik met de respondenten deel. Ik weeg af in hoeverre ik de respondenten aan het begin van het onderzoekstraject laat weten dat het onderzoeksdoel om de bruikbaarheid van de dataverzamelmethode draait. In eerste instantie denk ik dat het beter is voor de onderzoeksresultaten als de respondenten denken dat het onderzoek om het identiteitservaren gaat, in plaats van de methode. Toen aan het einde van een interview de respondent geïnteresseerd verder vroeg over het onderzoek, merkte ik dat het mijn betrouwbaarheid zou schaden als ik die vragen niet zou beantwoorden. Ik heb oprecht antwoord gegeven op de vragen van de respondent en in het verdere onderzoek de afscherming van de ware intenties van het onderzoek geschrappt als strategie. Het is een zoektocht gebleken, waarbij het voor mij doorslaggevend is dat de respondenten zich serieus genomen voelen.

Ook in de verslaglegging worden keuzes gemaakt. Bijvoorbeeld ten aanzien van de schrijfstijl. Ik heb gekozen voor de subtiel-realistische stijl zoals in Boeije (2012) is weergegeven. Dit betekent dat de onderzoeker in de rapportage niet afwezig is en de subjectiviteit niet verborgen. De mate van subjectiviteit in de rapportage van dit onderzoek is per hoofdstuk verschillend. Afhankelijk van het doel van het hoofdstuk, zijn de keuzes van de onderzoeker verantwoord en toegelicht. Het theoretische kader is bijvoorbeeld met meer afstand geschreven dan de methodologische verantwoording. Dat neemt niet weg dat ook de theorieselectie subjectief is. Tevens is het woordgebruik bepalend in de rapportage. Wanneer het gaat over de jongeren, waar dit onderzoek betrekking op heeft, kies ik bijvoorbeeld voor de aanduiding respondenten en niet voor participanten. Het woord participanten komt wel

voor in de rapportage, maar alleen als het andere onderzoeken aangaat. Vaak volg ik daarin het woordgebruik van het betreffende onderzoek. Mijn keuze voor de term respondent is ingegeven door de cultuur van de onderzoekstak waartoe dit onderzoek behoort. Vanuit de opleiding humanistisch is dit gebruikelijk, desalniettemin is het toepassen ervan in dit onderzoek een bewuste keuze. Participanten vind ik afstandelijker en meer klinisch klinken. Tot slot wil ik duidelijk maken dat ik weloverwogen de participatieve trend in het jongerenonderzoek volg (zie hoofdstuk 2). Door het woord respondent toe te passen in de rapportage staat in dit onderzoek meer de persoon centraal die mee doet aan het onderzoek en zijn/haar antwoorden, in plaats van de functie die diegene heeft; het deelnemen. Dit is de voornaamste motivatie voor de keuze om respondenten als aanduiding te gebruiken voor de deelnemers aan het onderzoek.

5.3. Transformatie vanuit authenticiteit

Boomer en Frost (2011) attenderen op een tweetal punten die in het kader van dit hoofdstuk nog enige aandacht verdienen, ten behoeve van de verantwoording van de humanistische aard van dit onderzoek. Ten eerste het transformatie aspect en ten tweede de authenticiteit van de onderzoeker. In Boomer en Frost (2011) komen deze twee elementen samen als kenmerk van kritisch creatief onderzoek. Dit is regelmatig geassocieerd met ontwikkelingsonderzoek (zie hoofdstuk 3). Ze waarderen daarbij de mogelijkheid van onderzoek om zijn transformerende werking, ten aanzien van zowel de onderzoeker als het onderzoeksobject. Dit vereist van de onderzoeker een houding waarbij authenticiteit mogelijk gemaakt wordt door een kritische houding ten aanzien van het zelf, de eigen waarden, kennis en diens zijn. Kortom, 'The critically creative researcher must actively engage in reflective and reflexive action.' (Boomer & Frost, 2011, p. 282).

Allereerst is er volgens Boomer en Frost (2011) door onderzoek de mogelijkheid om een transformatie te weeg te brengen. Met name dat ze in dit kader het onderzoeksobject noemen, is interessant. Naast de meer emancipatoire insteek van de meeste participatieve onderzoeksmethoden, ligt voor mij de toepasbaarheid van de mogelijkheid tot transformatie in de leerervaring van de respondent. Het aan het nadenken zetten van respondenten, het aanzetten tot reflectie, valt echter buiten het bereik van dit onderzoek. Als de haalbaarheid het qua tijd zou toelaten, zou dat het meest drijvende motief zijn voor mij om onderzoek te doen. De transformatie van de onderzoeker is echter niet minder belangrijk.

Ten tweede is door Boomer en Frost (2011) de reflexiviteit van de onderzoeker vermeld. Als afsluiting van dit hoofdstuk geef ik een korte weergave van de onderliggende

waarde die uit bovenstaande reflectie naar voren komt. Boven alles is het recht willen doen aan het verhaal van de respondenten het leidmotief. Dit is daarmee ook de kern van de betekenis die humanistisch onderzoek voor mij heeft. De vraag naar de bruikbaarheid van de creatieve methode komt voort uit de drijfveer om zo goed mogelijk aan te sluiten bij de jongeren en daarmee hun verhaal. Het verhaal van de respondent staat voor mij centraal in alle dilemma's en situaties en zo ook weer in dit hoofdstuk; onder andere in de aandacht voor de verhouding tussen onderzoeker en onderzochte en het delen van informatie.

Hoofdstuk 6 | Conclusie

Dit hoofdstuk bevat de conclusies van het onderzoek en is daarmee het laatste onderdeel van de rapportage over het onderzoek naar de bruikbaarheid van de creatieve methode in jongerenonderzoek. Het antwoord op de hoofdvraag is te lezen in de eerste paragraaf (6.1). Afsluitend is een aanzet gegeven voor een mogelijke praktische toepassing van de aanbevelingen voor vervolgonderzoek (6.2).

6.1. Conclusies en aanbevelingen

De hoofdvraag van het onderzoek luidt: *Wat zijn de opvattingen van jongeren over de bruikbaarheid van de creatieve methode in vergelijking met de interview methode voor identiteitsonderzoek bij jongeren?* Om een antwoord te geven op deze vraag zijn de belangrijkste punten uit het resultaten hoofdstuk hieronder weergegeven.

Een opvallend punt is het enthousiasme dat de creatieve opdracht bij alle respondenten oproept. De respondenten gaan zonder aarzeling direct aan de slag met de materialen. Vooral de legostenen en de glitters doen denken aan vroeger en vinden gretig aftrek. Dit heeft een positieve invloed op de betrokkenheid van de respondenten bij de opdracht. De opdracht wordt niet ervaren als een taak die uitgevoerd moet worden. Door het plezier dat ermee gepaard gaat, gaan de respondenten helemaal op in het maken, in het bezig zijn. Het doel van de opdracht, om door middel van een metafoor een identiteitsmodel te maken, verdwijnt hierdoor enigszins naar de achtergrond. De bruikbaarheid van de creatieve methode is voor een belangrijk aspect te vinden in de betrokkenheid van de respondent die het genereert.

Ten tweede blijkt dat er door een aantal jongeren minder verdieping wordt ervaren bij de creatieve methode dan bij de interview methode. Over het algemeen zijn de resultaten van de creatieve methode oppervlakkiger van aard dan de resultaten uit de interviews. Waarschijnlijk is dit resultaat mede veroorzaakt door het gelimiteerde tijdsbestek dat voor het uitvoeren van de opdracht is ingepland (te weten: 2 uren). De keuze hiervoor is ingegeven door de vrees dat een te grote tijdsinvestering van de kant van de respondenten, hun deelname in de weg zou staan. Het blijft onduidelijk in hoeverre de ervaring van minder verdieping, inherent verbonden is aan de creatieve methode. Vervolgonderzoek zou dit verder kunnen uitwijzen door voor de uitvoering van de creatieve opdracht net als Gauntlett een dagdeel te gebruiken (4 uren).

Ten derde blijkt uit de evaluatie van de respondenten dat er meer ruimte in de creatieve opdracht wordt ervaren en het minder sturend dan het interview wordt gevonden. Met sturend bedoelen de respondenten die dit benoemen de thematische structurering van het

interview. Voornamelijk het verschil tussen de onderzoekssituaties is daarbij belangrijk volgens de respondenten. Door de groepssituatie wordt de creatieve opdracht als minder officieel ervaren. Dit draagt bij aan een meer gelijkwaardige ervaring waarbij er met elkaar gepraat wordt en aan een meer dynamische verhouding met de onderzoeker. Daarentegen zijn er ook een aantal respondenten die ondanks het verschil in situatie, de relatie met de onderzoeker hetzelfde waarderen; in beide onderzoekssituaties is de onderzoeker die de vraag stelt of de opdracht geeft, zo geven zij aan.

Ondanks dat de resultaten oppervlakkiger van aard zijn, toont het enthousiasme en de ruimte die de respondenten ervaren, de waarde van de creatieve methode. De bruikbaarheid van de creatieve methode wordt daarom ook deels bepaald door de ruimte die de opdracht schept. De sociale wenselijkheid is echter een factor die de resultaten kan beïnvloeden. Maar wanneer er meer ruimte wordt ervaren door de respondenten, geven zij wellicht minder antwoorden die bepaald zijn door wat de respondenten denken dat gewenst is. Op basis van dit onderzoek zou de hypothese gesteld kunnen worden dat het verschil in de uitkomsten in de creatieve opdracht ten opzichte van de interviews, daar wel mee te maken heeft. De ervaring van meer ruimte tijdens de creatieve methode, suggereert dat er minder gegeven kaders zijn waarbinnen de respondenten iets kunnen creëren. Mijn vermoeden is dat het daarbij belangrijk is dat de respondenten zich *veilig* voelen in zo'n omgeving. Dit zou enerzijds kunnen leiden tot minder afwijkende objecten zoals hobby's die voornamelijk in de tweede groep te zien zijn; de hamburger of de bokshandschoenen. Anderzijds kan de afwezigheid van kaders ook de mogelijkheid scheppen om te experimenteren tijdens het vormgevende proces. Dit is wat ik onder scheppend handelen versta en daarmee als potentiële zingevingsbron. (Mooren, 2010). De brandstapel van respondent 1A is hiervan een voorbeeld. Door het gebruik van vormen waarin eerder nog niet naar het zelf gekeken is, kan een hermeneutisch proces ontstaan. Het zelf kan dan opnieuw gedefinieerd worden. De *Self-Identity* is, zoals in tweede hoofdstuk te lezen is, een bewuste en continue bezigheid. De waarde van de creatieve methode is dat deze aansluit op dit perspectief en dat het proces verrijkt kan worden doordat de eigen identiteit op een andere wijze benaderd kan worden. Of deze opmerking een stevig fundament kent, zal vervolgonderzoek echter moeten uitwijzen. Wellicht dat meer dan één follow-up na het uitvoeren van de creatieve opdracht meer inzicht in dit proces zou kunnen geven.

De voornaamste conclusie die voor mij volgt uit het onderzoek is dat de twee methoden als verschillend zijn ervaren door de respondenten. De helft van de respondenten heeft een voorkeur voor de creatieve methode. De andere helft is verdeeld over een voorkeur voor het interview of heeft geen voorkeur voor één van de twee methoden. Opvallend is dat

bij de vraag naar welke methode het best bij de respondent aansluit, er vanuit het eigen inzicht van de respondenten een genuanceerd antwoord geformuleerd wordt op deze vraag. Hieruit volgt de conclusie dat de bruikbaarheid van de twee methoden, door de respondenten als verschillend wordt geëvalueerd. De creatieve methode is bruikbaar door het enthousiasme en daarmee de betrokkenheid en het interview is bruikbaar door de betekenisvollere informatie, de verdieping. Zoals uit bovenstaande blijkt, formuleer ik het potentieel van de creatieve opdracht breder, dan dat de bruikbaarheid is volgens de respondenten. Dit brengt mij tot de gedachte om de methoden als wederzijdse aanvullend te beschouwen. Voor een eventuele praktische toepassing van het interview en de creatieve methode als elkaar versterkende factoren, is in paragraaf 6.2 als opzet voor een workshop weergegeven. Verder zou ik naar aanleiding van de pilot, zoals ik dit onderzoek zie, vervolgonderzoek willen aanraden naar de bruikbaarheid van een combinatie van de methoden. Mixed-methods, zoals dit in onderzoekswetenschappelijke termen heet, kent een lange traditie en is in kwalitatief onderzoek geen uitzondering (Greene, 2007). Maar is daarom niet minder een uitdaging.

Hieronder worden nog enkele korte conclusies besproken alvorens tot een praktische aanzet voor een afsluitende opmerking te komen. Allereerst wordt op basis van de resultaten een kanttekening geplaatst bij een van de onderliggende uitgangspunten van Gauntlett (Hoofdstuk 2), Gauntlett stelt dat het gebruik van een metafoor geschikt is om een complex beeld vangen. Uit de evaluaties blijkt dat de respondenten dit zelf niet als zodanig herkennen. Sommigen geven aan dat ze de complexiteit van de thematiek liever via woorden benaderen, dan via een metafoor. De gegeven verklaring hiervoor is dat ze zich door middel van taal gedetailleerder kunnen uitdrukken. Omdat dit onderzoek het uitgangspunt van Gauntlett niet eenduidig bevestigt of ontkracht concludeer ik dat er op dit gebied nog veel vragen onbeantwoord zijn. Op de uitgangspunten van Gauntlett kan door dit onderzoek wel aangevuld worden, dat de respondenten het waarderen als zij zich gedetailleerd kunnen uitdrukken.

Een van die vragen is of het onderwerp waarvoor de methoden van dataverzameling zijn ingezet een rol, en zo ja welke, speelt. Identiteit is een complex begrip dat bij de doelgroep leeft, aldus Verhofstad-Déneve (1998). Of de keuze voor dit onderwerp de onderzoeksresultaten heeft beïnvloed, is niet met duidelijkheid vast te stellen. Omdat het thema identiteit bij de doelgroep leeft en zij nog zoekende zijn, is de hypothese dat de respondenten de ruimte moeten krijgen om zich uit te drukken. Ik zou willen pleiten voor een dataverzamelmethode met een verkennend karakter. De respondenten moeten niet het gevoel hebben een pasklaar antwoord te geven, maar samen met de onderzoeker op

verkenning kunnen gaan. Ik kan mij voorstellen dat het per persoon verschilt welk medium daar het beste voor van toepassing is. Dit sluit aan bij een eventuele complementaire inzet van de beide methoden. Het complementair gebruik van beide methoden, is een van de centrale aanbevelingen.

Een belangrijk aandachtspunt bij jongerenonderzoek, zoals Abma reeds twee decennia geleden aangeeft, is dat bij de jongeren de vraag centraal staat: ‘Wat hebben *wij* eraan?’ (1993, p. 99). Ik beveel elke jeugdonderzoek daarom ook aan om aan deze vraag tegemoet te komen. In dit onderzoek is gebleken dat deze vraag nog steeds erg bepalend kan zijn voor deelname aan onderzoek. Bij een volgend vergelijkbaar onderzoekstraject zou de werving anders aangepakt moeten worden. Bijvoorbeeld door de jongeren te benaderen wanneer ze vanuit het lesaanbod vanuit school bezig gaan met wat zo na de middelbare school willen gaan doen. Door scholen eerder te benaderen, kan geprobeerd worden om aan te sluiten bij het lesprogramma over studiekeuze bijvoorbeeld. Het is te verwachten dat het een fundamenteel verschil zal maken, wanneer het lukt om beter in te spelen op een *probleem* van de jongeren. Mocht het bereik van een vervolgonderzoek het wel toelaten, dan zou de meerwaarde van deelname aan het onderzoek voor de jongeren liggen in het, onder begeleiding, verkennen van de eigen identiteit, het reflecteren daarop en daarmee de zelfkennis te vergroten.

Daarnaast rijst de vraag of onderzoek doen met jongeren, anders is dan met volwassenen? Vanuit de theorie wordt dit wel gesuggereerd (zie paragraaf 2.2). Op basis van dit onderzoek ben ik voorzichtig met een conclusie ten aanzien van dit vraagstuk omdat dit niet tot het doel van dit onderzoek behoort. Wel wil ik opmerken dat het gebruik van het concept metafoor, enige toelichting verdient in onderzoek met jongeren. Het is nodig hier herhaaldelijk de aandacht op vestigen. Dit is belangrijk omdat het anders soortige beelden oplevert, minder figuurlijk, en daarmee de hermeneutische dynamiek van de creatieve opdracht meer recht doet. Door het zelf vanuit een ander perspectief/beelden te benaderen kunnen nieuwe opvattingen en inzichten tot stand komen. Ik vermoed dat het gebruik van metaforen hieraan kan bijdragen, alleen al omdat het niet een alledaagse wijze is waarop wij uitdrukking geven aan onze identiteit. Het verwordt daarmee logischerwijze tot een verkenning. Zoals uit de evaluatie blijkt hoeft dit niet noodzakelijkerwijs de meest passende methode te zijn voor alle jongeren. Als er iets duidelijk is geworden, is dat wel dat de heterogeniteit onder de jongeren erkend moet worden bij een poging aan te sluiten bij de leefwereld van deze doelgroep.

Tot besluit nogmaals een verwijzing naar het spanningsveld van de eerder geciteerde Punch (2002), welke ook in dit onderzoek herkenbaar is gebleken. Zij schrijft: ‘The challenge is to strike a balance between not patronizing children and recognizing their competencies, while maintaining their enjoyment of being involved with the research and facilitating their ability to communicate their view of the world.’ (Punch, 2002, p. 18). Ik kan niet anders zeggen dan dat dit spanningsveld voor mij tot leven is gekomen gedurende dit onderzoek. Allereerst bij de momenten waarin de respondenten door hun enthousiasme betrokkenheid toonden. Ook wordt dit ervaren tijdens de pogingen om zo goed mogelijk aan te sluiten bij hoe de respondenten zich willen en kunnen uitdrukken. Het uitgangspunt van de onderzoeker, om de respondenten als experts van hun eigen leven te beschouwen, vormt de achtergrond van dit spanningsveld. In het verlengde hiervan kom ik terug op de wederzijdse versterking die ik voorsta: waarin de complementaire werking van beide dataverzamelingmethoden benadrukt wordt en het spanningsveld mijns inziens beter onderkend kan worden.

Kortom, wat betekenen bovenstaande conclusies voor de bruikbaarheid van de creatieve methode in vergelijking met de klassieke methode voor identiteitsonderzoek bij jongeren? De bruikbaarheid is benaderd door de term aansluiting bij de leefwereld. Bovenal is gebleken dat de bruikbaarheid ligt in het genereren van betrokkenheid. Verder volgt de aanname dat de bruikbaarheid van de creatieve methode geoptimaliseerd zou kunnen worden door het in te zetten in combinatie met andere dataverzamelingmethoden. Ook Siibak et al. (2012) geven een positief antwoord ten aanzien van de bruikbaarheid, zij stellen dat de creatieve methode een alternatief biedt voor de klassieke talige onderzoeksmethoden. Ik zou dit iets anders willen formuleren door een gelijkwaardige, wederzijdse verhouding tussen de creatieve methode en het interview (als klassiek talige methode) te bepleiten. Verder waarderen Siibak et al. dat de respondenten onderdeel zijn van de interpretatie tijdens het onderzoek. Op basis van dit onderzoek kan ik als onderzoeker aansluiten bij deze waardering. Het veronderstelt wel een bepaalde mate van en behoefte aan reflectie bij de respondent en is in die zin misschien een wat idealistisch uitgangspunt dat niet altijd in de werkelijkheid beantwoord zal worden.

Ter afsluiting poneer ik, naar aanleiding van dit onderzoek, de stelling dat de bruikbaarheid van de creatieve methode van Gauntlett vergroot wordt door de inzet van aanvullende dataverzamelingmethoden, zoals de meer verdiepende werking van een interview voor onderzoeks- en individuele resultaten. Deze stelling komt naar voren in de titelpagina van deze rapportage, waarop de afbeelding van een enkele schoen is te zien. Vanuit het idee dat de bruikbaarheid van dit object zal worden vergroot door de missende

schoen van het paar, heb ik de keuze voor dit beeld gemaakt. Het verbeeldt voor mij de complementaire, wederzijds aanvullende waarde van de dataverzamelmethode die in dit onderzoek zijn gebruikt. Geen of of, maar en en!

6.2. Aanzet tot praktische toepassing

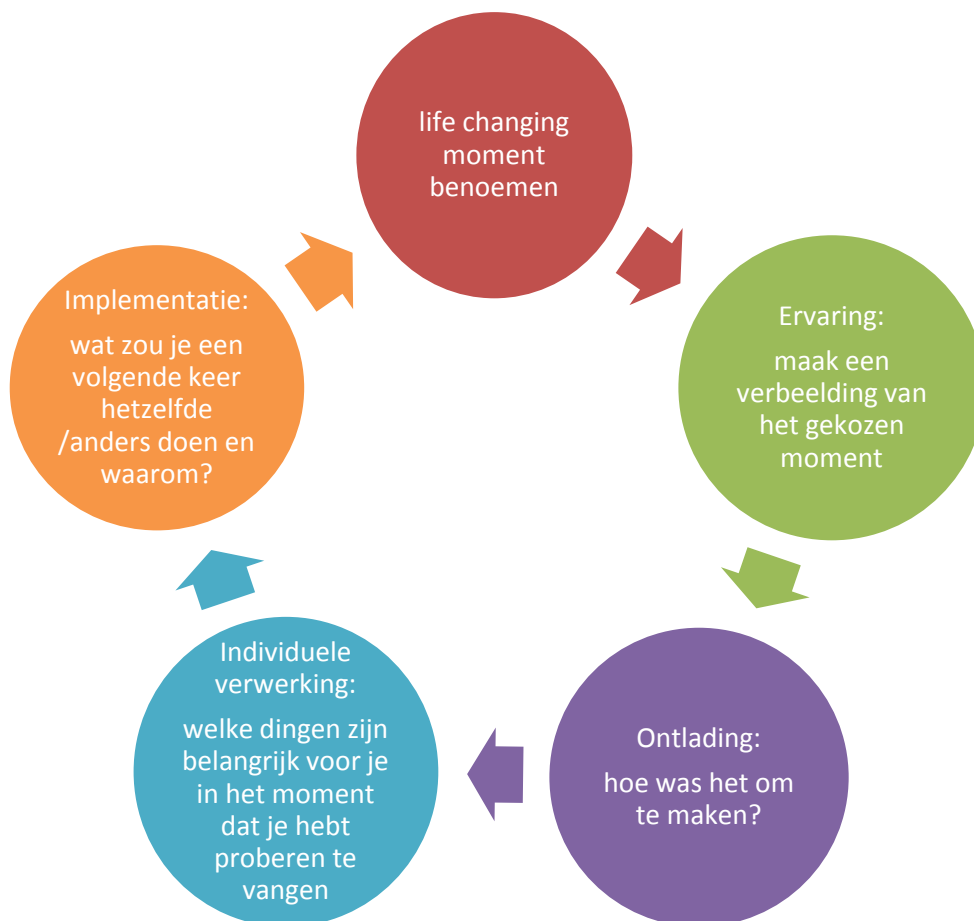
Hieronder volgt een aanzet tot een praktische toepassing van de conclusies met het oog op de meerwaarde voor de respondent. Het moge duidelijk zijn dat de aanbeveling een meer complementaire benadering betreft van onderzoeksmethoden in jongerenonderzoek naar identiteit. Op basis daarvan is deze aanzet voor een nieuwe workshopvorm met beide methoden uit dit onderzoek, gestoeld. Ik kies voor een workshop omdat dit beter past in het domein waar een toekomstige uitvoering plaats zou kunnen vinden (bijvoorbeeld op school). Een workshop is meer gericht op de jongeren omdat zij in dit kader iets kunnen doen, leren of ondergaan door deel te nemen. Het is anders gezegd meer gericht op wat de jongeren eraan hebben. Dat volgens onder anderen Abma (1993) een belangrijk criterium is. Dit maakt het ook tot een reflectie instrument. De workshop biedt ondersteuning aan een reflectieproces.

In de aanzet kies ik voor meer uitgebreide en gestructureerde interpretatiemomenten, dan in de oorspronkelijke opzet van de creatieve opdracht. De reden hiervoor is de verdieping die de respondenten in het interview hebben ervaren. Door het creëren evenwichtiger te combineren met de verbale activiteiten, hoop ik dat deze elkaar versterken en dat het meer aansluit bij de verschillende jongeren. Het gevaar hierbij is dat het meer tijd kost. Gauntlett stelt dat reflectie tijd kost, maar de volgende vraag is of jongeren daar tijd voor hebben? Mijn vermoeden is dat met behoud van het enthousiasme, het de tijdsinvestering waard zal zijn. De meeste respondenten geven aan dat de tijd voorbij was gevlogen of dat ze het jammer vonden dat we de ruimte moesten verlaten.

Hieronder volgt een toelichting op het model dat ter illustratie dient van de workshop. Aan de hand van de fases in de reflectiecirkel van Kolb, heb ik op basis van dit onderzoek een model ontwikkeld dat te zien is in figuur 6.1 (Hendriksen, 2009). Door de reflectiestructuur te volgen, kan dit bijdragen aan de verdiepende werking van de gehele opdracht. Bij het stap voor stap bespreken van het model, is het begin bovenaan in het figuur. De eerste stap is het benoemen van een *life changing moment*. Het vragen naar een concrete ervaring kan een lucratiever vertrekpunt zijn voor het maken van een identiteitsmodel. De tweede stap is het maken van een creatie en daarmee de activerende fase. De derde stap is om na het creëren in groepsverband deze ervaring te delen. Bijvoorbeeld door te vragen wat er is gemaakt, maar ook hoe dat was om te doen en of er iets verbaasd heeft of juist lastig was om te maken. Stap

vier is vervolgens een individuele verwerkingsopdracht. Deze is gewenst om te ontdekken welke principes centraal staan voor de respondent. Hier is tijd voor nodig, dus dit zou eventueel schriftelijk kunnen. Als het praktisch uitvoerbaar is kan een individueel interview een ideaal middel zijn om in deze fase in te zetten. De vijfde stap is een gesprek (eventueel in de groep) over wat er geleerd is en wat dit betekent voor een toekomstige situatie. Deze stap heeft als doel om tot slot verdieping aan te brengen en in het bijzonder om te verankeren.

Ik ben me ervan bewust dat deze aanzet al meer naar handelingsgericht onderzoek neigt en het ook een sterker emancipatoire karakter vertegenwoordigt dan de onderzoeksopzet van dit onderzoek. De kracht van de humanisticus is mijns inziens in het algemeen, en dus ook als onderzoeker, breder dan het luisteren en vragen stellen. Aanzetten tot reflectie is de kwaliteit van een humanisticus. Dat betekent dat buiten het klassieke begeleidingsdiscours deze vaardigheid ook in onderzoek ingezet kan worden. Om recht te doen aan het verhaal van de ander, zal ik mijzelf als onderzoeker actief moeten inzetten om dit te faciliteren. Hoe dit het beste te bereiken is, zal de praktijk verder moeten uitwijzen. Ik denk dat een combinatie van beide methoden daarbij succesvol kan zijn.



Figuur 6.1

Samenvatting

Dit afstudeeronderzoek gaat over de bruikbaarheid van een creatieve methode van dataverzameling in identiteitsonderzoek onder jongeren. Omdat voor de humanistische onderzoeker het verhaal van de onderzochte centraal staat, wordt de bruikbaarheid van de creatieve methode mede gedefinieerd door de aansluiting bij de leefwereld van de jongeren. Om dezelfde reden zijn ook de opvattingen van de jongeren over de bruikbaarheid van de creatieve methode onderzocht. Dit onderzoek beoogt daarmee de onderzoekspopulatie een stem te geven.

Voor dit onderzoek is een aangepaste versie van de creatieve methode van David Gauntlett gebruikt. In zijn onderzoek wordt door middel van metaforen en het gebruik van LEGO een identiteitsmodel gemaakt. In dit afstudeeronderzoek is deze opzet gevolgd, maar is het materiaalgebruik verbreed. Tevens is een specifieke doelgroep aangesproken: jongeren die examenkandidaat zijn en daarmee hun middelbare schooltijd afronden. Omdat het thema identiteit bij jongeren een centraal thema is en de onderzoeksgroep zich in een transitiefase bevindt, is voor deze doelgroep gekozen. Vanuit de literatuur wordt gesuggereerd dat de creatieve methode van betekenis kan zijn in jongerenonderzoek, vanwege de nog niet voltooide cognitieve ontwikkeling van deze groep. Door een alternatief aan te bieden voor het gebruik van woorden, worden de uitdrukkingsmogelijkheden vergroot. Dit onderzoek draagt bij aan de verkenning van dit onderzoeksgebied. Het is als het ware een experiment. Omdat huidig onderzoek tevens bijdraagt aan het verder ontwikkelen van een methode van dataverzameling, kan het ook als ontwerponderzoek geclassificeerd worden.

Tijdens het onderzoekstraject zijn er drie contactmomenten. De respondenten leggen individueel een interview af en in groepsverband wordt de creatieve opdracht uitgevoerd. Per respondentengroep verschilt de volgorde. De ene helft begint met het interview en doet vervolgens de creatieve opdracht. De andere groep legt het traject andersom af. De resultaten uit deze twee databronnen worden verwerkt door de onderzoeker. Er volgt met elke respondent een individuele evaluatie. Dit is het derde contactmoment. In de evaluatie wordt de respondent gevraagd naar de ervaring met de creatieve methode. Doordat de respondent naast de creatieve methode ook kennis maakt met een klassieke methode van dataverzameling: het interview, is een vergelijking mogelijk. Het oordeel over de bruikbaarheid van de creatieve methode wordt bepaald door de evaluatie van de respondenten en de inhoudelijke resultaten uit de interviews en de creatieve opdracht. Dus zowel de methode zelf als de inhoudelijk resultaten die daaruit zijn gekomen, worden onderzocht bij

het bepalen van de bruikbaarheid van de creatieve methode. Bruikbaarheid wordt in dit onderzoek geïnterpreteerd in termen van aansluiting bij de leefwereld van de jongeren.

Uit het onderzoek blijkt dat er voor- en nadelen zijn te noemen bij zowel de creatieve opdracht als het interview als methode van dataverzameling. De creatieve methode wordt over het algemeen als minder verdiepend ervaren dan het interview, maar creëert wel een hoge mate van betrokkenheid. Omdat de creatieve opdracht de respondenten aan het nadenken zette en de inhoudelijke resultaten in wisselende mate verschilde van de resultaten uit het interview, richt de conclusie zich op de wederzijds versterkende werking van de twee methode van dataverzameling. De hypothese waarmee dit onderzoek afsluit, is dat de bruikbaarheid van de creatieve methode van dataverzameling versterkt kan worden door de inzet van interviewelementen ten gunste van meer verdieping.

Bronnenlijst

- Abma, R. (1993). Jeugdonderzoek in Nederland. In A.J. Dieleman, F.J. van der Linden & A.C. Perreijn (red.). *Jeugd in meervoud: Theorieën, modellen en onderzoek van leefwerelden van jongeren*, p. 85-101. Utrecht: De Tijdstroom.
- Baay, Pieter E. et al. (2014). Understanding the role of social capital in adolescents' Big Five personality effects on school-to-work transitions. *Journal of Adolescence* 37 (5), p. 739–748.
- Boeije, H. (2012). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: Denken en doen*. Den Haag: Boom Lemma.
- Boomer, Christine en Donna Frost (2011). Our Journeys of Becoming Authentic Researchers: Becoming Transformed through Critical Creative Research. In J. Higgs et al., (eds.). *Creative Spaces for Qualitative Researching: Living Research*, p. 281-290. Rotterdam: Sense Publishers.
- Bouverne-De Bie, Maria (2004). Zo paradoxaal als de jeugd: Mogelijkheden en begrenzingen van jeugdonderzoek. *KRAX vakblad van het jeugdwerk* 4 (1), p. 4-8.
- Bynner, J. (2005). Rethinking the Youth Phase of the Life-course: The Case for Emerging Adulthood? *Journal of Youth Studies* 8 (4), p. 367-384. London: Routledge.
- Dedding, C. et al.(red.) (2013). *Kinderen en jongeren actief in wetenschappelijk onderzoek: ethiek, methoden en resultaten van onder met en door jeugd*. Houten: Uitgeverij LannooCampus.
- Drew, Sarah E., Rony E. Duncan en Susan M. Sawyer (2010). Visual Storytelling: A Beneficial but Challenging Method for Health Research with Young People. *Qualitative Health Research* 20 (12), p. 1677–1688.
- Ende, T. van den (2011). *Waarden aan het werk: Over kantelmomenten en normatieve complexiteit in het werk van professionals*. Amsterdam: Uitgeverij SWP.
- Ettema, H. (2006). Het lichaam-subject en het sprekende lichaam bij Maurice Merleau-Ponty. In Baak, Joost van et al.(red.). *Lichaam en Geest: Het lichaam/geest-probleem vanuit verschillende hoeken benaderd*, p.45-63. Budel: Damon.
- Evers, Jeanine (red.) (2007). *Kwalitatief interviewen: kunst én kunde*. Den Haag: Uitgeverij Lemma.
- Gauntlett, D. (2007). *Creative Explorations: New approaches to identities and audiences*. London: Routledge.
- Gauntlett, D. (2011). *Making is Connecting: The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony (1991). *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.

- Gillies, Val & Yvonne Robinson (2012). Developing creative research methods with challenging pupils. *International Journal of Social Research Methodology* 15 (2), p. 161-173.
- Greene, Jennifer C. (2007). *Mixed Methods in Social Inquiry*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Heath, S., Rachel Brooks, Elizabeth Cleaver, & Eleanor Ireland (2009). *Researching Young People's Lives*. London: Sage Publications.
- Hendriksen, J. (2009). *Cirkelen rond Kolb: begeleiden van leerprocessen* (4^{de} dr). Barneveld: HNB/Nelissen.
- Hermans, H. J.M. (red.) (1995). *De echo van het ego: over het meerstemmige zelf*. Baarn: Ambo.
- Hermans, H. J. M. (2014). Self as a Society of I-Positions: A Dialogical Approach to Counseling. *The Journal of Humanistic Counseling* 53 (2), p. 134-159.
- Higgs, Joy & Angie Titchen (2011). Journeys of Meaning Making: Through Transformation, Illumination, Shared Action and Liberation. In J. Higgs et al., (eds.). *Creative Spaces for Qualitative Researching: Living Research*, p. 301-310. Rotterdam: Sense Publishers.
- Jurrius, K. (2012). *Uit de spagaat!: Naar een kwaliteitsraamwerk voor Participatief Jongeren Onderzoek*. Proefschrift. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Jurrius, K. (2013). Hoofdstuk 6: De kwaliteitsduscussie over participatief onderzoek met kinderen en jongeren. In C. Dedding et al.(red.). *Kinderen en jongeren actief in wetenschappelijk onderzoek: ethiek, methoden en resultaten van onder met en door jeugd*, p. 129-139. Houten : Uitgeverij LannooCampus.
- Jurrius, K. , I. Schalkers & A. Sarti (2013). Hoofdstuk 4: Opbrengsten van onderzoek met en door kinderen en jongeren. In C. Dedding et al.(red.). *Kinderen en jongeren actief in wetenschappelijk onderzoek: ethiek, methoden en resultaten van onder met en door jeugd*, p. 90-105. Houten: Uitgeverij LannooCampus.
- Langhout, Regina Day & Elizabeth Thomas (2010). Imagining Participatory Action Research in Collaboration with Children: an Introduction. *American Journal of Community Psychology* 46, p.60–66.
- Lauwers, H. (2013). Hoofdstuk 2: Ethische overwegingen. In C. Dedding et al.(red.). *Kinderen en jongeren actief in wetenschappelijk onderzoek: ethiek, methoden en resultaten van onder met en door jeugd*, p. 40-59. Houten : Uitgeverij LannooCampus.
- Loftus, Stephen, Joy Higgs en Franziska Trede (2011). Researching Living Practices: Trends in Creative Qualitative Research. In J. Higgs et al., (eds.). *Creative Spaces for Qualitative Researching: Living Research*, p. 3-12. Rotterdam: Sense Publishers.
- Maso, I. & A. Smaling (2004). *Kwalitatief onderzoek: praktijk en theorie* (2^{de} dr.). Amsterdam: Boom.
- McAdams, Dan P. (1993). *The stories we live by: Personal Myths end the Making of the Self*. New York: The Guilford Press.

- McIntosh, P. (2011). Creative and visual methods to facilitate reflection and learning through research. In J. Higgs et al., (eds.). *Creative Spaces for Qualitative Researching: Living Research*, p. 87-96. Rotterdam: Sense Publishers.
- Mooren, J.H.M. (2010). Zinvol leven en de praktijk van het humanistisch raadswerk. In H. Alma & A. Smaling (red.). *Waarvoor je leeft: Studies naar humanistische bronnen van zin*, p. 199-208. Amsterdam: Humanistische University Press/Uitgeverij SWP.
- Peters, E. (2013). *Het onzegbare in beeld: Een onderzoek naar het gebruik van het medium beeldende vormgeving in humanistisch geestelijk begeleiding*. Masterscriptie. Utrecht: Universiteit voor Humanistiek.
- Punch, Samantha (2002). Research with Children: The Same or Different from Research with Adults? *Childhood* 9 (3), p. 321-341. London: SAGE Publications.
- Roberts, K. (2007). Youth transitions and Generations: a response to Wyn and Woodman. *Journal of Youth Studies* 10 (2), p. 263-269.
- Shaffer, D. R. & K. Kipp (eds.) (2007). *Developmental psychology: Childhood & Adolescence* (7nd ed.). Wadsworth Canada: Thomson.
- Siibak A., Michael Forsman & Patrik Hernwall (2012). Employing Creative Research Methods with Tweens in Estonia and Sweden: Reflections on a Case Study of Identity Construction on Social Networking Sites. *Journal of Technology in Human Services* 30 (3-4), p. 250-261. London: Routledge.
- Smaling, A. (2006). De probleemstelling bij kennisgericht en praktijkgericht onderzoek. *KWALON* 11 (1), p. 5-11.
- Stevens, A. (1990). *On Jung*. London: Routledge.
- Travers, M. (2009). New methods, old problems: A skeptical view of innovation in qualitative research. *Qualitative Research* 9 (2), p.161–179. SAGE Publications.
- Unger, M. (2007). Grow'em Strong: Conceptual Challenges in Researching Childhood Resilience. In Amy L. Best (eds.) (2007). *Representing Youth: Methodological issues in critical youth studies*, p. 84-109. New York: University Press.
- Verhofstadt-Denève, L. (1998). *Adolescentiepsychologie* (5^{de} dr.). Apeldoorn: Garant.
- Winter, M. de, en Kroneman, M. (2003). *Participatief jeugdonderzoek*. Utrecht: Van Gorcum.
- Wyn, J. & D. Woodman (2006). Generation, youth and social change in Australia. *Journal of Youth Studies* 9 (5), p. 495-514.

Bijlagen

Bijlage 1| Respondenten overzicht

Per respondent is een overzicht gemaakt van de creaties met een korte toelichting en een beknopte samenvatting van het interview. Enkele biografische gegevens zijn ook vermeld.

Respondent 1A

Biografische gegevens: Vrouw, 17 jaar, gymnasium

Samenvatting interview

De respondent omschrijft zichzelf als iemand die geen reden heeft om niet vrolijk te zijn. Deze dubbele ontkenning is een terugkerende vorm in de wijze waarop ze spreekt. Dingen die leuk gevonden worden zijn: vrienden, uitgaan en architectuur. Vooral dat laatste geeft uiting aan de brede interesse van deze respondent. Daarbij is vooral het weten, vergaren van kennis over diverse onderwerpen de drijfveer, wat zij belangrijk vindt om aan uiteenlopende gesprekken deel te nemen.

Ze ziet zichzelf tevens als tussenpersoon. De rol van bemiddelaar in groepen is haar bekend: graag wilt ze dat iedereen het naar zijn zin heeft. Wat opvalt, is dat ze regelmatig relativeert, iets kan ze vervelend of irritant vinden maar dat eindigt voor haar met regelmaat met de opmerking: ‘...wat maakt het ook eigenlijk uit’. Ze omschrijft zichzelf ook als emotioneel of sentimenteel. Dingen als een film kunnen haar erg raken. Een trigger daarvoor kan zijn het gevoel alleen te zijn, dat zij soms ook in haar eigen leven herkent. Ook dit onderdeel vult ze aan met de notie dat ze dat aan de ene kant ook ‘...helemaal niet zo erg’ vindt. Een andere eigenschap van de respondent is dat ze open staat voor contacten en het leren kennen van nieuwe mensen. Zo kan een contact leuk blijken te zijn als ze met iemand praat waar ze eerst een vooroordeel over had of niet kende. Ze ziet zichzelf als iemand die steeds opener is geworden en niet te moeilijk doet over dingen. Wel merkt ze een verschil in hoe ze zichzelf gedraagt bij de verschillende vrienden die ze heeft: ‘bij elke soort vriend doe je wel anders’ zegt ze. Zelf merkt ze dat vooral aan het taalgebruik. Naast haar vrienden zijn terugkerende figuren in haar verhaal de moeder met wie ze goed haar gedachten kan delen en haar zus die zich vooral aan haar ergert.

Een situatie die ze als lastig ervaart is als ze ergens heen moet gaan, terwijl ze geen zin heeft, maar het vanwege de band die er met die persoon is, wel verplicht toe voelt.

School vindt ze leuk, en jammer om te verlaten. Haar toekomst ziet ze het liefst zo min mogelijk als standaard, dus voor haar geen rijtjes huis, twee kinderen en een hond. Ze hoopt spannende dingen te doen, zoals alleen reizen, maar vindt het wel moeilijk om dingen achter zich te laten en afscheid te nemen.

Verder is zij van mening dat: ‘iedereen op een speciale manier wel geluk heeft’. Zo kan de ene slimmer zijn dan de ander, en heeft de ander weer een fijnere familie dan de ene.

Creaties



Omschrijving object:

De creatie stelt een brandstapel voor, met daarop een bol met een kroontje. De respondent vermeldt het onderscheid tussen de vrolijke en de donkere kleuren. De donkere kleur op de brandstapel staat voor de weerstand tegen problemen. Het kroontje geeft aan dat het belangrijk is.

Agents:

De respondent geeft op het evaluatieformulier van de creatieve opdracht de agents aan. Dit zijn de ouders, vrienden en media. De respondent geeft niet aan hoe de genoemde agents in een creatie vorm zouden krijgen.

Respondent 1B

Biografische gegevens: Vrouw, 18 jaar, gymnasium

Samenvatting interview

De respondent ziet zichzelf als aardig en geduldig. Geduldig, meer in de zin van het geven van uitleg dan wanneer iemand te laat komt. Verder is ze eerlijk en meer het rustige type. Ook is ze iemand die niet van liegen houdt, open staat voor allemaal dingen en vindt ze dat ze 'niet moeilijk [is] qua veranderingen'. Ze hoopt echter voor de toekomst dat ze op haar werk goed om zal kunnen gaan met dingen die haar niet aanstaan. Ze vindt zichzelf namelijk wel perfectionistisch en gedreven. In verschillende situaties, waaronder als er onverwachte dingen gebeuren, zegt ze tegen zichzelf dat ze zich niet druk moet maken of 'het beter gewoon kan laten gebeuren'. Dit is een houding die zij heeft ontwikkeld omdat *het zich druk maken* weinig resultaat opleverde. Ook is ze minder verlegen geworden.

In de toekomst verwacht ze niet veel te veranderen, al zal ze wel andere mensen ontmoeten door haar studie, verandering van woonsituatie en haar ouders niet meer de hele tijd om zich heen te hebben. Desalniettemin stelt ze dat het '... niet [is] dat anderen echt maken wie ik ben...'. Ze doet zich niet anders voor dan dat ze is en doet niet extra haar best om aardig gevonden te worden. Wel kan ze zich inzetten om met mensen te praten als dat gewenst is, bijvoorbeeld op een feest, maar ze is altijd zichzelf.

Kortom, dingen ontwikkelen zich in haar leven, maar er vormen zich geen nieuwe eigenschappen. Tevens kan ze beter met situaties omgaan. Opvallend is daarbij haar eigen actieve en bewuste rol. Als ze ergens geen zin in heeft of zenuwachtig van wordt, praat ze zichzelf moed in en zoekt ze bronnen (muziek) op om zichzelf weer blijer te maken of tot rust te brengen. 'Ik zie wel' of 'er kan niets mis gaan' zijn gedachten die haar daarbij kunnen helpen. In het verlengde hiervan stelt de respondent invloed te hebben op hoe haar leven loopt: 'het is niet dat ik ben voorbestemd...ik heb zelf gekozen', zegt ze. Iets minder stellig klinkt haar aanvulling als ze zegt wel te zien hoe het leven loopt en wat er op haar pad komt.

De gene die wel invloed hebben op, bijvoorbeeld, studiekeuze zijn haar ouders en vrienden. Hoe beter ze iemand kent hoe meer invloed diegene heeft, al bepaalt ze uiteindelijk alsnog zelf.

Creaties

Omschrijving object:

De creatie bestaat uit een aantal losse elementen. De zonnebloem staat volgens de respondent voor het altijd positief (proberen) te zijn, het pincet voor perfectionisme



en de kat is gemaakt omdat zij zich als kattenmens ziet. Het hartje wordt niet toegelicht maar interpreteer ik als de liefde voor katten.

Agents:

De respondent geeft op het evaluatieformulier van de creatieve opdracht de agents aan. De agents zijn de ouders die zij zou vormgeven als een schaar die de zonnebloem dreigt door te knippen. De vrienden zou ze als agents vormgeven als regendruppels. In de goede zin als water voor de zonnebloem en in een meer negatieve zin als er te veel water is, dat staat dan voor de slechte invloed die vrienden kunnen hebben.

Respondent 1C

Biografische gegevens: Vrouw, 16 jaar, gymnasium

Samenvatting interview

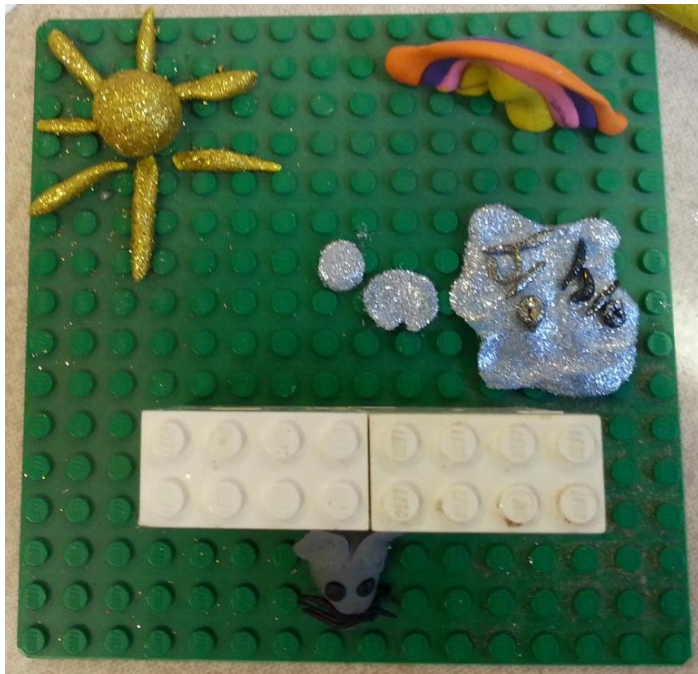
De respondent houdt mensen graag te vriend en vindt het belangrijk dat mensen haar aardig vinden. In gedrag toont zich dat doordat als haar wat gevraagd wordt, ze dat vaak wel doet. Ook geeft ze aan dat ze bij mensen die ze niet kent heel verlegen en best gesloten is, terwijl ze bij vriendinnen degene is die 'heel veel praat'. In twee vriendengroepen is de respondent respectievelijk de jongste en de oudste. Zij ervaart daardoor een positieverschil in de afzonderlijke groepen. Concreet gezien betekent dat dat ze bij de groep waarbij zij de oudste is, 'hun advies geeft in plaats van erom vraagt' zoals ze eerder zou doen in de groep waar ze de jongste is.

Voor volgend jaar, als ze gaat studeren, is ze bang dat ze dan helemaal alleen blijft. Ze constateert dat ze daar veel te lang over nadenkt en dat het vast wel goed zal komen. Ze vindt het namelijk ook 'gewoon leuk om een nieuwe periode in je leven te beginnen'. Ze geeft aan het nieuwe eng te vinden en het huidige vertrouwd. Ze weet dat mensen uit haar huidige omgeving haar aardig vinden en weten hoe ze is. Het nieuwe is naast eng, ook leuk en uitdagend en iets dat moet gebeuren om uiteindelijk een goed mens te worden. Een goed mens houdt voor haar in 'dat je goed moet doen om ja, goed mens te zijn, niet zo egoïstisch zijn enzo', met name niet ten koste van anderen. Een goed mens worden is wel een proces volgens haar.

Veranderd is ze wel sinds de basisschool. Ze voelt zich nu veel meer op haar gemak. Als ze zich op haar gemak voelt, neemt ze meer het initiatief, in een gesprek bijvoorbeeld, in plaatst van alleen te reageren. Om aardig gevonden te worden ging ze meer meepraten met haar vrienden dan een gesprek voeren vanuit haar eigen interesse. Meer als zichzelf gedragen, betekent voor haar dat ze minder voorzichtig is. De omgeving heeft in die zin wel invloed op je, het kan je houding veranderen stelt ze, maar de invloed op haar is wel afgenomen. Al zegt ze nog steeds over zichzelf dat ze eenvoudig te beïnvloeden is. Het is niet haar bedoeling om in de toekomst te veranderen en anders te worden. Dit legt ze uit door te vertellen dat: 'Je gedrag kan wel veranderen maar je persoonlijkheid niet...persoonlijkheid is dingen die je van jezelf hebt...hoe ik daarop reageer is mijn gedrag'.

Verder zegt ze over zichzelf dat ze slecht is in kiezen. Bij aankopen heeft ze altijd iemand nodig die erop wil reageren, al zal ze diens mening niet altijd volgen. Voor haar toekomst probeert ze zoveel mogelijk keuzemogelijkheden niet uit te sluiten. Hoe ze niet wil worden is alleen in een huisje zitten en dat er geen mens is die haar aardig vindt. Over de toekomst zegt ze later: 'je kunt het wel uitstippelen maar er gebeurt altijd wel iets waardoor het verandert'. Volgens deze respondent kun je dus niet alles zelf bepalen, er gebeuren altijd wel dingen waar je niets aan kan doen maar die toch invloed op je hebben.

Creaties



Omschrijving object:

De creatie bestaat uit verschillende elementen die ten opzichte van elkaar wel in relatie staan. De muis geeft verlegenheid aan, De muur is heel letterlijk de 'muur' die de respondent zegt soms om zich heen te bouwen. Achter die muur liggen drie creaties die staan voor hoe de respondent is als je haar leert kennen. Zoals, de spraakbubbel voor het vele praten en de regenboog en de zon staan voor haar vrolijke kant.

Agents:

De respondent geeft op het evaluatieformulier van de creatieve opdracht de agents aan. Agents zijn: goede vrienden en familie. De respondent zou ze als een hechte groep mensen met vrolijke kleuren toevoegen. Een andere agent zijn nieuwe, enge, mensen, waar ze verlegen voor is. Deze zou ze groot en zwart weergeven.

Respondent 1D

Biografische gegevens: Vrouw, 17, gymnasium

Samenvatting interview

De respondent verstaat onder identiteit: '...wie je bent en wat je doet, wat echt van jou is, authenticiteit'. Identiteit is volgens haar meer een ervaring. Ze maakt een onderscheid tussen het deel van de identiteit dat aangeboren is en een deel dat door vrienden en gebeurtenissen is gevormd. Opvallend is de regelmaat waarmee de respondent aangeeft dat een bepaalde norm of waarde is aangeleerd. Ze vraagt zich in het verlengde van deze opvatting wel eens af waar

dan de grens van het aangeboren karakter ligt. Ook wordt er regelmatig een nuancering toegevoegd zoals: 'dat ligt heel erg aan de situatie'.

Ze ziet zichzelf als nieuwsgierig. Tevens noemt ze een aantal eigenschappen van zichzelf die elkaar contrasteren zoals: een sterke mening hebben en beïnvloedbaar zijn, sociaal zijn maar zich ook goed in haar eentje kunnen vermaken. Ook is ze sfeergevoelig: sfeer heeft volgens haar invloed op je hoe de omgeving er uit ziet en de mensen daarin. Waar ze niet van houdt zijn mensen die niet naar anderen luisteren en niet open staan, of überhaupt niet geïnteresseerd zijn. Zelf wil ze ook niet zo zijn. Ze zou wel geduldiger willen zijn, meer willen doorpakken en minder jaloers zijn. Later noemt ze ook dat een brede interesse heeft (waaronder uitgaan én cultuur) en dat ze positief is ingesteld. Ze geeft aan dat bij haar deze eigenschappen zowel gevormd, als ook altijd onderdeel van haar zijn geweest.

De basis van je karakter ligt vast, maar kent wel een positieve en negatieve groei volgens de respondent. Zo leer je meer nadenken voor je iets zegt, maar krijg je ook meer te maken met stress. Hoe je tegen dingen aankijkt en hoe je met je karaktereigenschappen omgaat, kun je leren volgens de respondent. 'Je wordt heel erg bepaald door de mensen met wie je omgaat'. Als ze volgend jaar op kamers gaat, verwacht ze erachter te komen wat echt van haar is en wat verbonden is aan de plek waar ze nu leeft. 'Het ligt gewoon aan de mensen met wie je bent, weet je, dus bij de ene ben je wat serieuzer en bij de ander wat minder serieus'. De laatste tijd is ze echter wel tegen iedereen meer zichzelf. In het contact met onbekenden is haar aanpak om mensen een beetje aan te voelen, niet gelijk 'jezelf er in storten' maar meer contact te leggen op basis van beleefdheid.

De respondent is van mening dat je alles kan bepalen, dat niets gedetermineerd is en je alles zelf creëert. Een genuanceerde aanvulling is daarop dat je niet altijd kan kiezen hoe iets loopt maar wel hoe je ermee om gaat en hoe je je leven oppakt. Haar centrale en terugkerende opmerking rondom dit thema is 'gewoon doorgaan'. Belangrijk voor haar is om je niet te laten belemmeren.

Voor school kan ze behoorlijk stressen, zegt ze. Ze is ook erg bang om te zakken, vooral als ze een van de weinige zou zijn. Dus ondanks dat ze positief is ingesteld ziet ze haar examens als uitzondering: daarover denkt ze wel negatief. Tijdens een examen zegt ze dan soms tegen zichzelf: 'ik ben er nog mee bezig, ik kan het nog bepalen'. Bij het vertrek van de middelbare school verwacht ze dat de druk zal afnemen

Van de dingen die een rol in haar leven spelen noemt ze het nieuws in specifieke zin en de media in het algemeen, omdat het je nieuwe inzichten in dingen geeft. En niet te vergeten de vrienden en hoe die dingen zien.

Creaties



Omschrijving object:

De creatie bestaat uit vijf cirkels die door een lijn verbonden zijn met een gouden hartje in het midden. Elke cirkel heeft een eigen kleur en decoratie. Elke ring staat voor iets dat belangrijk is voor de respondent, het hartje is niet geduid. De groene ring staat voor kennis, de paarse ring staat voor creativiteit, de rode ring staat voor liefde, de blauwe ring staat voor sport en de zilveren ring staat voor uiterlijk.

Agents:

De respondent geeft op het evaluatieformulier van de creatieve opdracht de agents aan. De agents die ze aangeeft zijn: media/cultuur, vrienden & familie en school. Deze respondent geeft niet aan hoe deze agents er als creatie uit zouden zien.

Respondent 2A

Biografische gegevens: Man, 16, havo

Samenvatting interview

De respondent ziet zichzelf als eigenwijs en als het rustige type dat niet in het middelpunt hoeft te staan. Eigenwijs betekent voor hem dat als iemand zegt dat hij iets moet doen of zegt dat iets 'zo is', dan gaat hij eerst kijken of dat wel echt zo is. Wat hij niet leuk vindt, is om iets te moeten doen, want dan kan hij chagrijnig worden. Dit kan duren totdat hij is afgeleid door bijvoorbeeld een film, in ieder geval door iets in zijn eentje te doen.

Een centrale en terugkerende opmerking is dat de respondent het liefst doet wat hij zelf wilt, waar hij zin in heeft en leuk vindt om te doen. Een van zijn grootste hobby's is gamen, daarbij kan hij soms boos worden, vooral als je verliest door je team of iets fout gaat waar hij niets aan kan doen. Hij zou soms wel eens wat minder boos willen worden, een van zijn vrienden is daar beter in, dat vindt de respondent wel goed van hem. Tijdens het gamen zoekt hij vaak naar iets nieuws, dat niet standaard is. Hij luistert vaak pas naar anderen als zijn eigen aanpak is mislukt, dan geeft hij wat een ander zegt een kans. Echt iets anders doen doet hij pas als iemand echt aandringt of boos wordt. Kortom, hij doet het graag op zijn eigen manier.

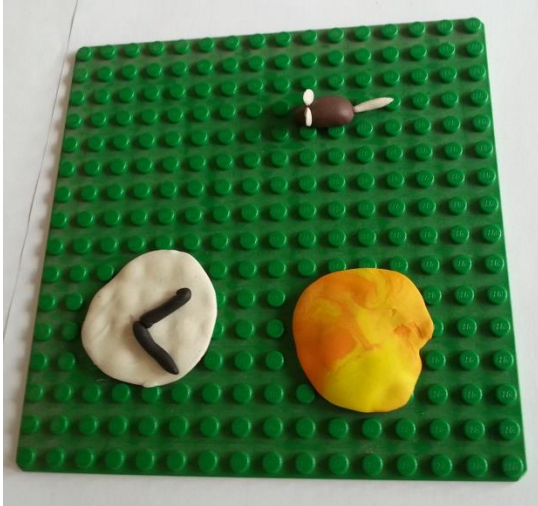
Hij denkt niet dat hij erg veranderd is en hoopt te blijven zoals hij nu is, daar is hij wel tevreden mee. Dat neemt niet weg dat hij wel volwassener is geworden: 'eerst dacht ik dat eigenwijs goed was, maar meestal is dat niet zo'. Hiermee samenhangend voelt hij zich ook meer verantwoordelijk voor als hij iets verprutst. Wat wel veranderd is, is zijn uiterlijk. Dat is onderdeel van de eerste indruk die je op mensen maakt en daarom volgens de respondent niet onbelangrijk.

In verschillende omgevingen gedraagt de respondent zich over het algemeen wel hetzelfde, al kan hij bij mensen die hij niet goed kent eerst wel even verlegen zijn. Hij stelt verder dat de andere vrienden waar hij later op school mee om is gegaan, wel invloed op hem hebben gehad.

Iets goed doen geeft hem een goed gevoel, dat hij niet heeft als hij iets fout doet. Bijvoorbeeld wanneer er iets te snel of niet compleet wordt uitgevoerd omdat hij ergens geen zin in heeft.

Volgens hem gaat het leven zoals je het zelf stuurt: 'nou als je zelf iets wil en je gaat ervoor, dan ja dan lukt het meestal wel en ja weet niet precies hoe dat dan met dat lot zit want als dat dan net je lot is dan ja...(lacht)'.

Creaties



Omschrijving object:

De creatie bestaat uit drie losse elementen. De muis staat voor de hobby, een computermuis verwijst naar het gamen. De klok staat voor de eigenschap geduldig en het koekje is gemaakt omdat dat iets is waar de respondent van houdt.



Agents:

Als agents zijn daaraan toegevoegd de familie en een stripfiguur. De familie is te zien in de creatie als een pepermuntje. Dat krijgt de respondent van zijn familie. Ten tweede is Donald Duck weergegeven, omdat het de respondent rustig maakt.

Respondent 2B

Biografische gegevens: Vrouw, 15 jaar, vmbo TL

Samenvatting interview

De respondent omschrijft zichzelf als een vrolijk en niet saai iemand. Het is daarbij voor haar belangrijk geen stomme eerste indruk te maken. Ook is ze sociaal en geordend. Ze maakt schema's voor haar schoolwerk, maar is wel meer van de grote lijnen dan van de puntjes op de i. Daarnaast ziet ze zichzelf als zorgzaam, ze vindt het belangrijk 'dat mensen zich goed voelen'. Als er iets mis is met iemand, wil ze graag helpen. Ze vindt het tevens leuk om dingen te regelen en neemt graag de leiding bij bijvoorbeeld het regelen van een reisje met vriendinnen. In haar hobby, hockey, is het voor haar belangrijk om enerzijds goed te trainen en anderzijds om het gezellig te hebben. Volgens haar is het 'soms wel leuk om echt iets even goed te doen'. Thuis is ze rustiger dan met vriendinnen, dan kan ze behoorlijk 'hyper' zijn, al hoeft ze er niet altijd 'boven uit te knallen'.

Wat ze niet wilt worden is een chagrijnig oud omaatje. Ze zegt daarover: '...dan verpest je toch ook een beetje je eigen leven als je de hele tijd, als je er niks van maakt'. Iets maken van je leven betekent voor haar vooral samen met andere mensen leuke dingen doen. Alleen zijn, daar houdt ze niet zo van.

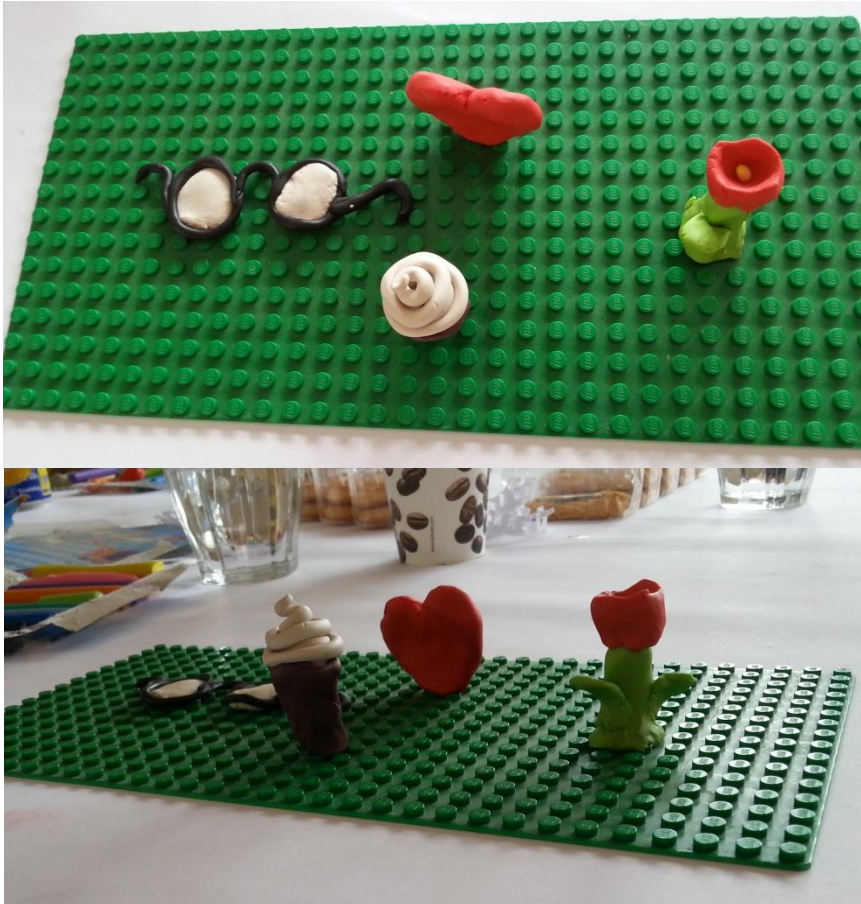
Over het algemeen vindt ze dat ze wel zelfstandiger is geworden, ze vindt het leuk om dingen zelf te regelen en een beetje voor zichzelf te zorgen.

Ondanks dat ze denkt dat mensen wel kunnen veranderen, denkt ze dat niet over zichzelf. Ze is wel tevreden over zichzelf. Ze is er wel van overtuigd dat als je iets 'echt' wilt en er je best voor doet dat je het dan wel zou kunnen leren. Volgens de respondent heb je zelf wel invloed op hoe je leven loopt: al kun je van te voren nog zo mooie plannen maken, uiteindelijk kan het toch altijd anders lopen omdat je op dat moment uiteindelijk misschien toch iets anders wilt dan dat je daarvoor hebt bedacht. Als je geen opleiding volgt heb je later

ook niets, is haar opvatting. Maar toch kun je: ‘niet echt nu al weten wat er dadelijk allemaal gaat gebeuren...op dat moment zelf verandert het misschien gewoon’.

Naar aanleiding van de invloed die de omgeving op je kan hebben, maakt de respondent een onderscheid tussen goede en foute vrienden. Over die laatste zegt ze: ‘als je heel veel met dat soort mensen omgaat ga je het vanzelf ook doen’. Met de goede vrienden, babbelt ze graag, maar niet over vervelende dingen. Verder is ook haar familie belangrijk voor haar, hun goede raad houdt ze altijd in haar achterhoofd.

Creaties



Omschrijving object:

De creatie is een combinatie tussen platte en staande elementen en bestaat onder andere uit een hartje omdat volgens de respondent vrienden en familie belangrijk zijn en zij het niet leuk vind om alleen te zijn. De bloem in de creatie staat voor vrolijk zijn, ook dat is belangrijk aldus de respondent. De zonnebril staat voor de eigenschap stoer en het ijsje staat voor eten, het is belangrijk om te eten. De agents bouwen voort op al bestaande onderdelen in de creatie.

Agents:

In het hart zijn gekleurde poppetjes toegevoegd, deze agents zijn personen die belangrijk zijn. Ook is een agent toegevoegd aan het ijsje, dit is de naam van een vriendin, met wie ze vaak samen eet.



Respondent 2C

Biografische gegevens: Man, 17 jaar, havo

Samenvatting interview

De respondent houdt ervan om in een groep te zijn. Hij heeft een goede vriendengroep en ziet zichzelf als gezellig. Verder helpt hij graag mensen, als er iets is of niet lukt. Hij stelt mensen niet graag teleur en is positief ingesteld. Als er iets gebeurt waar hij niet blij mee is, kan hij zich daar gemakkelijk overheen zetten en wil hij doorgaan. Ook is hij sportief: hij houdt ervan om bezig te zijn, te bewegen en de grenzen op te zoeken en tot het uiterste te gaan met sporten. Hij ziet zichzelf daarom ook als doorzetter. Op school daarentegen is hij eerder lui, zijn motto is: 'een zes zonder stress'. Het verschil zit voor hem in of het iets is dat hij moet doen, of dat hij het vanuit zichzelf wil doen. Hij vindt het ook leuk om zelf dingen te maken, zoals tekenen. Hij stelt dat hij tevreden is met hoe hij nu is.

Door de vriendengroep die hij nu een aantal jaar heeft, is hij geworden zoals hij nu is. Hij is wat socialer geworden, praat wat makkelijker met meisjes en gaat graag naar feestjes. Zijn vrienden zijn ook belangrijk omdat ze er altijd voor je zijn. Naast zijn vrienden is ook zijn vriendin belangrijk, zij vrolijkt hem altijd op.

Over het algemeen vindt hij wel dat hij aardig stabiel is gebleven. Hij denkt dat mensen in ieder geval wel een beetje hetzelfde blijven, dat je altijd wel een beetje jezelf blijft.

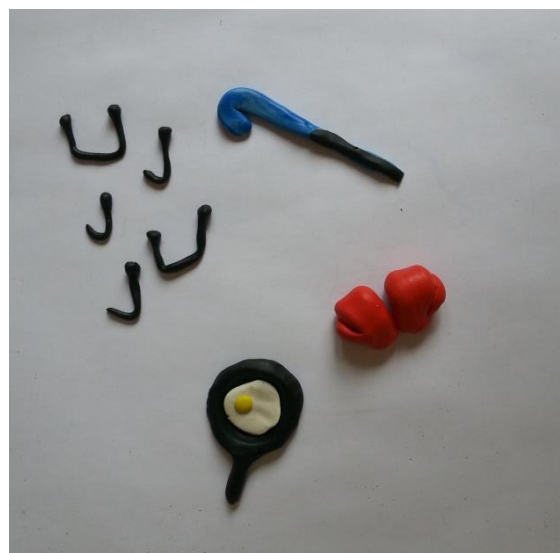
In de toekomst wil hij het graag gezellig hebben, met vrienden en geld om leuke dingen te doen. 'Nee, dat zou ik niet kunnen...dat het alleen maar werken of alleen maar naar school, ik wil echt vrije tijd hebben. Daar ben ik echt aan toe'.

Als hij een opleiding gaat volgen, verwacht hij meer zijn best te doen omdat het dan dingen zijn die hij leuk vindt. Hij hoop dat het gezellig zal zijn en anders maakt hij het wel gezellig, om zich niet alleen te hoeven voelen. 'Ik ga t meemaken'. Uiteindelijk moet je wel wat maken van je leven vindt hij en dat moet je zelf doen. Volgens hem kun je meer uit je leven halen als je sociaal bent en contact kunt maken met mensen. Want: '...nou je moet het niet alleen van jezelf hebben maar ook met andere mensen samen iets van maken'.

Creaties

Omschrijving object:

De creatie bestaat uit vier elementen waarvan er twee verwijzen naar een sportieve eigenschap; de bokshandschoenen en de hockeystick. De muzieknootjes geven aan dat de respondent houdt van feestjes en muziek. Iets anders waar de respondent van houdt is koken, vandaar het pannetje met een eitje erin. Als agents zijn er drie hartje verdeeld in de creatie met daarop letters die verwijzen naar personen.





Agents:

Ten eerst is als agent vrienden genoemd omdat zij er altijd voor de respondent zijn en maken zoals hij is, aldus de respondent. Daarnaast zijn ook zijn zus en vriendin als agents toegevoegd omdat de eerste zorgt voor gezelligheid en de twee hem heeft beïnvloed met koken.

Respondent 2D

Biografische gegevens: Vrouw, 16 jaar, vmbo

Samenvatting interview

De respondent ziet zichzelf als vrolijk en druk, met de aantekening dat ze wel serieus kan zijn als het moet. Als anderen chagrijnig zijn, wil zij ze graag vrolijk maken. Zonder ze aan te sporen, gaat ze wel met ze praten omdat ze het leuk vindt als 'mensen mee vrolijk zijn'. Als ze vrolijk is, praat ze veel en 'ga ik aan allemaal dingetjes zitten'. Sowieso is ze meestal wel ergens mee aan het knutselen.

Haar sport is een groot deel van haar leven. Dan is ze gefocust en geconcentreerd. Haar drijfveren voor haar sport zijn dat ze er goed in is en dat ze het leuk vindt om te doen.

Ze heeft vanuit haar sport een vriendengroep en vanuit haar school. Het leuke vindt ze als het ze de vriendengroepen kan combineren, als ze haar vrienden van school kan laten zien dat haar sportvrienden ook gewone normale mensen zijn. Haar vrienden van school houden van feesten, maar vaak heeft ze daar geen tijd voor vanwege wedstrijden. Ze wil graag naar feesten omdat ze het leuk vindt om nieuwe mensen te leren kennen en gewoon om het even mee te maken. Toch moet ze zich altijd afvragen of het kan wat ze wil, dat is iets waar ze altijd aan moet denken. Het komt er op neer dat het eigenlijk niet kan, niet allebei. De bezwaren zijn vaak praktisch van aard, wedstrijden kunnen ervoor zorgen dat ze een heel weekend in een andere plaats in Nederland moet zijn. Ze moet haar prioriteiten stellen vertelt ze.

Door haar vader is ze in haar sport terecht gekomen en daar wil ze graag wat in bereiken.

Ze vindt het belangrijk ergens goed in te zijn. 'als ik aan iets ben begonnen, dan wil ik ook wel een van de beste van worden eigenlijk'. Ze vindt het vooral leuk als een wedstrijd goed gaat. Soms vraagt ze zich wel af of het haar allemaal waard is, omdat ze vanwege haar sport zo vaak weg is. Haar conclusie is op dit moment dat stoppen met haar sport zonde zou zijn voor zichzelf, haar ouders en alle tijd en moeite die ze geïnvesteerd heeft.

Ze vindt dat ze minder druk is geworden en zichzelf beter kan beheersen. Voor haar gevoel is ze hetzelfde gebleven. Ze denkt dat de meeste mensen wel hetzelfde blijven, maar erkent dat de school waar je heen gaat wel je gedrag en uiterlijk kan beïnvloeden. Bij zichzelf ziet ze ook dat ze dingen doet die ze zonder haar vrienden nooit gedaan zou hebben. Dus ondanks dat ze voor haar gevoel niet is veranderd, is ze door de invloed van haar vrienden wel

een beetje veranderd: ze vindt dat ze iets meer uit haar schulp is gekropen. Door haar ouders komt haar serieuze kant naar boven en door haar zus stapt ze makkelijker op mensen af.

Verder stelt ze dat je niet alles zelf kunt bepalen. Soms gebeuren er dingen die niet leuk zijn en daar moet je dan mee leren omgaan. Maar ze denkt: 'dat als je echt iets wilt, dat je het wel kan doen, dat je het wel kan bereiken'.

Creaties

Omschrijving object:

De drie elementen in de creatie zijn een zeilboot, een spierbal en een hamburger. Zeilen is een belangrijk onderdeel in het leven van de respondent. Het is haar sport en ze doet het vaak. De spierbal is het doorzettingsvermogen dat ze door het zeilen heeft gekregen. De hamburger is in de creatie omdat ze van eten houdt en vaak honger heeft.

In de creatie zijn vervolgens de agents direct aan een eerder element uit het identiteitsmodel verbonden.



Agents:

Het blauwe mannetje bij de zeilboot is haar vader, door hem is zij gaan zeilen. De wolk met de witte pijlen bij de spierbal is de wind, door de wind is ze sterker geworden. Het hartje onder de hamburger geeft haar passie voor eten aan.

“Wie ben jij?”

Klinkt dat als een simpele vraag? Heb je er weleens over nagedacht wie jij nou eigenlijk bent en wat jou jou maakt?

Lijkt het je wel leuk om met mij te praten over hoe jij jezelf ziet?

Is praten niet jouw ding en ben je liever bezig, maak je liever dingen?

Doe dan nu mee!

Ik ben op zoek naar **2 groepjes van 5 jongeren** (maakt niet uit of jullie elkaar kennen) die het interessant vinden om met mij na te denken en te praten over hoe jullie jezelf zien?

Deelname aan het onderzoek is volledig anoniem

Ben jij of ken jij iemand tussen de 15 en 18 jaar oud? En vind jij het leuk om mee te doen aan een afstudeeronderzoek aan de Universiteit voor Humanistiek in Utrecht?

“Bepaal jij hoe je leven loopt?”

“Ben jij nu hetzelfde als vijf jaar geleden?”

“Geloof jij in het lot?”

“Ben jij thuis anders dan op school?”

Voor vragen
of meer informatie:
Lynn Louwe
06-12227638
lynnlouwe@student.uvu.nl

Door mee te doen aan het onderzoek word je begeleid bij het onderzoeken van hoe jij jezelf ziet, op drie verschillende momenten. Het onderzoek bestaat uit **1** interview (jij bepaalt waar), **1** creatieve groepsopdracht (duurt 2 uur, en is op locatie) en een afrondend gesprek over wat je vond van het meedoen aan het onderzoek.

Bijlage 3 | Leidraad

Tijd	Fase	Thema	Opdracht	Toelichting
7 minuten	Inleiding	Introductie + Kennismaken		Hoe zitten jullie erbij? Wat gaan we doen. Eerst oefenen, dan tweede deel de centrale opdracht. Dit zijn de spelregels.
10 minuten	Warming-up	Een emotionele connectie ervaren met iets dat jij zelf gemaakt hebben.	Maak een toren van lego.	'Test' de stabiliteit. Loop eromheen, duw ertegen, haal er een stukje uit.
8 minuten	Verkenning	Uitleggen wat een metafoor is + Subjectief concept		Wie heeft er ervaring met beeldentaal? Waar denk je aan bij het woord metafoor? We leven vaak met een onderscheid tussen de externe wereld van objecten en de interne wereld van onze ervaringen. Visuele representaties van wie jij bent. (Denk aan foto's op de koelkast bijvoorbeeld.) Niet een bewust plan, maar dit doe je sowieso. Metafoor als conceptuele ordening. Het is een soort mapping. Het legt een verbinding tussen concepten. Metafoor is een beeldspraak gebaseerd op vergelijking , niet letterlijk. Met wat je zegt, schildert je een beeld. Dat beeld heeft een overeenkomst met wat je bedoelt Voorbeeld: Het leven is een reis. Vooruitgang is de weg die je hebt afgelegd. Keuzes zijn kruispunten. De kamer van die jongen is een zwijnenstal. In het spreken over metaforen zijn er dus twee elementen. Het leven (Target domain) is een reis (source domain). De metafoor is vaak concreter.
15 minuten	Oefenen met het creëren van metaforische betekenis		Maak een collage van plaatsjes uit de tijdschriften die er liggen.	Maak een collage van een klein wezen. Ga rond de tafel om te kijken wat iedereen heeft gemaakt. Verander de collage in een metafoor

				<p>voor hoe je je voelt tijdens de examenuitslag. Voeg enkele elementen toe. Je hebt 2 minuten de tijd.</p> <p>Maak een rondje en vertel over de plaatjes zowel de onderdelen als het geheel.</p>
10 minuten	Metafoor voor identiteit	Identiteit vormgeven	Maak de ouders of boyfriend 'from hell' met een door jou gekozen creatieve vorm.	<p>Maak naar aanleiding van het concept een metafoor. Niet van een echt persoon die je kent, maar naar aanleiding van de associaties die in je opkomen.</p> <p>Maak een rondje, wat heb je gemaakt? Waarom heb je ervoor gekozen het op deze manier te doen?</p>
	PAUZE			
30 minuten	Individuele metafoor	De eigen identiteit uitdrukken	Geef jouw identiteit vorm, met gebruik van kneedklei.	<p>Ik ga nu vragen om je eigen identiteit vorm te geven. Wat zijn belangrijke aspecten van jouw identiteit? Begin maar met kneden. Vertel je verhaal. Dit gaat helemaal over wie jij bent.</p> <p>Denk aan metafoor! Luister naar het verhaal van elk model</p>
20 minuten	Rol van agents	Context toevoegen	Maak 3 agents en positioneer ze ten opzichte van het beeld dat er al is.	<p>Wie of wat beïnvloedt jou in wie je bent. Hoe jij je keuzes maakt, je leven leidt? Dit zijn de agents, abstract of concreet, fysiek of psychologisch. Dichtbij of ver weg.</p> <p>Maak een rondje als iedereen klaar is, wat heb je toegevoegd? Wat betekent het voor jou? Welke keuzes zijn er gemaakt?</p>
10 minuten	Evaluatie		Invullen van het evaluatieformulier	
Tijd	Fase	Thema	Opdracht	Toelichting

Bijlage 4 | Evaluatieformulier creatieve opdracht

EVALUATIEFORMULIER

Creatieve opdracht: identiteit

(Datum)

Naam:

Ik wil je vriendelijk verzoeken om de vragen te beantwoorden

Hoe was het om de opdracht te doen?

.....
.....
.....

Welke elementen van jouw identiteit heb je vertegenwoordigd in je identiteitsmodel?

1.....
2.....
3.....
4.....
5.....

Hoe is elk element vormgegeven?

1.....
2.....
3.....
4.....
5.....

Welke invloeden geef je weer in je identiteitsmodel?

1.....
2.....
3.....

Hoe is elk element dat van invloed is vertegenwoordigd in je model?

1.....
2.....
3.....
.

Ik denk dat mensen mij zien als:

.....
.....
.....
.....

Maar in mijn identiteitsmodel, ben ik te zien als:

.....
.....
.....
.....

Wat zijn je gedachten over de sessie van vandaag?

.....
.....
.....
.....

Heb je iets geleerd?

.....
.....
.....
.....

Heeft het bouwen van een metaforisch identiteitsmodel geholpen in het denken over jouw identiteit?

.....
.....
.....
.....

Is er nog iets dat je zou willen toevoegen?

.....
.....
.....
.....

Heel erg bedankt voor jullie medewerking!

Bijlage 5 | Topiclist

Introductie *Er is geen goed of fout. Vertrouwelijheid. Opname. Geef aan als je even wilt stoppen. Nog vragen, onduidelijkheden?*

Inleiding elke keer hetzelfde: *Het onderzoek gaat over hoe jij jezelf ziet, zelfbeeld?*

Beginvraag: Hoe ervaar jij jouw identiteit?

- Hoe zou jij jezelf voorstellen?
- Wat zijn jouw karaktereigenschappen?

Algemeen ervaren | Possible self

Positieve mogelijkheden

- Hoe zou je graag willen zijn?
- Wie is jouw voorbeeldfiguur? Waarom? Vanwege welk aspect?

Negatieve mogelijkheden

- Hoe zou je niet willen worden?
- waar ben je bang voor om te worden?

Thema | Tijd & Ruimte

Tijd - heden, verleden, toekomst

- Wijs bij jezelf twee persoonlijkheidskanten aan, die een rol spelen in het dagelijks leven en die ten opzichte van elkaar *tegengesteld* zijn.
- Geef een voorbeeld van beiden uit het verleden
- Geef een voorbeeld van beiden uit het heden
- En hoe zie jij die twee kernen in de toekomst?

Horizontaal versus verticaal / Continu versus discontinu / Dynamisch versus statisch

- Ben jij nu hetzelfde als tien jaar geleden?
- Ben jij zo geboren zoals je nu bent, zat het altijd al in je?
- In hoeverre heb je ervaren dat je dingen kunt ontwikkelen?
- Heb jij iets in je dat altijd hetzelfde is?
- Ervaar jij continuïteit in je zelfbeeld?

Thema | Meerstemmigheid versus Uniform

- Ben jij thuis anders dan op school? Of tijdens je hobby?
- Heb jij verschillende rollen?
- Heb je het idee dat je bij de ene vriend/-in anders bent dan bij de ander?

Actorschap: Actief versus Passief

- Bepaal jij hoe je leven loopt?
- Geloof jij in het lot?
- Heb je het gevoel dat je invloed hebt op hoe je leven loopt?

Agents

- *Hoe ervaar jij wie of wat invloed heeft op hoe jij je leven leeft?*

Besluit:

- Topiclist nalopen. Elk punt samenvatten als er al iets over gezegd is. Anders het topic
- als nieuwe beginvraag stellen. Is er nog iets dat je zou willen toevoegen?
- Hoe vond je het zelf gaan? Hoe heb je het ervaren? Hoe kijk je er op terug?
- Bedanken. Bevestigen van vertrouwelijkheid! Volgende afspraak. Napraten, mogelijkheid voor vragen.

Bijlage 6 | Vragenlijst evaluatie

Vragenlijst evaluatie.

Derde gesprek met respondenten. De overall evaluatie van het onderzoekstraject.

Algemeen

Hoe heb je het onderzoek ervaren?

Wat waren je verwachtingen?

Hoe kijk je daar op terug?

Interview

Wat vond je van het interview? Hoe was het om te doen?

Heb je na het interview nog eens nagedacht over wat daar gezegd is?

Wat heeft het interview voor jou betekend?

Creatieve opdracht

Hoe heb je de creatieve werkvormen ervaren?

Enkele aanvullende vragen op het door jouw ingevulde evaluatieformulier:

Vergelijking

Wat vond je van het interview in vergelijking met de creatieve groepsopdracht?

- Verschil
- Overeenkomst

Vond je dat het over dezelfde of over verschillende dingen ging?

Elementen onderzoeksmethode (vergelijking interview en creatieve opdracht)

Wat vond je van de verhouding ten opzichte van de onderzoeker. Qua gelijkheid/co-construction op knowledge (Siibak, 2012:253)?

Heb je het idee dat je andere dingen over jezelf heb gecommuniceerd bij de creatieve opdracht dan bij het interview? (Siibak, 2012:258) Hoe komt dat?

Stelling

Reageer op de stelling:

‘Door de creatieve opdracht heb ik nieuwe en andere dingen over mijzelf gedeeld. Het levert andere perspectieven op om mijzelf te zien.’ (Siibak,2012:252, vrij vertaald door LL)

Heel erg eens – eens - neutral – oneens – heel erg oneens

Afsluiting

Welke methode sluit beter bij jou aan en waarom?

(Vind je de creatieve methode een volwaardig alternatief voor een interview?)

Vervolg

Heb je interesse in de conclusies van jouw data uit het interview en de creatieve groepsopdracht, als check van mijn interpretaties.

Interesse in het rapport?

Biografische gegevens

Leeftijd

Geslacht

Opleiding

Gezin

Plannen voor volgend jaar