

*“Het gaat er niet om dat we andere dingen zien,
maar dat we de dingen anders zien”*

Carl Jung (1842-1896)

AFSTUDEERSCRIPTIE BONHOEFFER COLLEGE VLIERSTRAAT ENSCHEDE

Een onderzoek naar een positieve bijdrage over
beeldvorming van het Praktijkonderwijs

Monique Greffenhuis 351524

Saxion Deventer AMA HRM

OKTOBER 2018

Naam	Monique Grefthenhuis
Studentnummer	351524
Opleiding	Saxion Human Resource Management
Studieroute	Human Talent Development
Opdrachtgever	Bonhoeffer College Praktijkonderwijs Vlierstraat Enschede
Contactpersoon	Dhr. J. Erren (teamleider bovenbouw)
Eerste beoordelaar	Mevr. M.T.A Rickhoff-Oude Brunink
Tweede beoordelaar	Mevr. A. Venselaar-Witjes
Datum scriptie	15 oktober 2018

Voorwoord

In september 2013 begon ik, als enthousiaste deeltijdstudent, aan de opleiding HRM aan Saxion Enschede. Nieuwe vakken, nieuwe mensen leren kennen, goed nagedacht over wat mij te wachten stond. Op een zonnige maandagmiddag maakte ik kennis met mijn nieuwe klasgenoten, een mix van jongeren en ouderen met allen een verschillende achtergrond en redenen om een studie te beginnen. Eén van de kennismakingsspelletjes was dat op basis van je eerste indruk, van je eerste beeld een beschrijving moest geven van je groepsgenoten. Bij twee van mijn drie groepsgenoten zat ik redelijk, bij de derde zat ik volledig naast. Op basis van haar manier van doen, haar uiterlijk dacht ik dat ze in een woon- of modewinkel zou werken. Ze was werkzaam in de zorg, wat een verkeerd beeld had ik van haar op basis van mijn eerste indruk en beeldvorming!

Nu vijf jaar later heb ik voor mijn afstudeerscriptie een onderzoek gedaan en een video gemaakt over beeldvorming over het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs. De kennis en ervaringen die ik heb opgedaan tijdens mijn BOP stage aan het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs zijn meegenomen in deze scriptie. Graag wil ik het complete onderwijsteam van de Vlierstraat bedanken voor de medewerking en het vertrouwen in mij tijdens mijn stage en in mijn scriptie. In het bijzonder Dhr. J. Erren als opdrachtgever van dit onderzoek.

Graag wil ik Erik bedanken, mijn cameraman van de Academie Creatieve Technologie van Saxion Enschede. Zijn tips tijdens de opnames waren een waardevolle aanvulling op het plan waar ik mijn creativiteit in kwijt kon en het pure karakter kon laten zien van de leerlingen en van het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs in de video.

Verder zijn Ans ten Venselaar en Marie Louise Rickhoff, als scriptiebegeleidsters, heel waardevol geweest in dit scriptietraject. Door de feedback, het meedenken, het vertrouwen en de motivatie die ik van hen heb gekregen, ook op lastige momenten, heeft dit onderzoek een mooi beroepsproduct opgeleverd.

Tevens wil ik iedereen bedanken voor alle support in de afgelopen jaren in de vorm van appjes, chocolade, kaartjes, telefoontjes, meelezen, presentjes enz.

Als laatste wil ik graag mijn prachtige kinderen Bente, Kas en Finn bedanken voor het geduld en de motivatie die zij mij hebben gegeven tijdens mijn studie. Bewust en onbewust hebben ze mij gemotiveerd om deze studie te voltooien. Ik hoop dat ik een voorbeeld voor hen kan zijn, dat als je iets heel graag wil, je ervoor moet gaan en dat je door hard werken, doorzetten en vertrouwen in jezelf je doel kunt bereiken. Dank jullie wel, mijn lieverds!!

Ik wens u veel lees- en kijkplezier!

Monique Grefthenhuis

Samenvatting

De huidige maatschappij is een prestatie maatschappij. Er wordt verwacht dat iedereen aan de maatschappij deelneemt ongeacht cognitieve vermogens, ongeacht een eventuele lichamelijke en/verstandelijke beperking. De invoering van de Participatiewet sinds 1 januari 2015 bevestigt deze verwachting. Ondanks de bloeiende economie zijn de vooruitzichten voor leerlingen van het Praktijkonderwijs gematigd. Dit geeft een beeld dat het moeilijk is om zonder diploma een plek op de arbeidsmarkt te vinden.

Dit rapport gaat over het maken van een video voor het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs. Aanleiding tot het maken van deze video is dat er een negatief beeld heerst over het Praktijkonderwijs en haar leerlingen en hun kansen en mogelijkheden op de (huidige) arbeidsmarkt. De opdrachtgever wil graag deze video laten zien op een informatieavond voor ouders om ouders inzicht te geven en hen bewust te maken dat er kansen en mogelijkheden zijn voor leerlingen van het Praktijkonderwijs op de (huidige) arbeidsmarkt zonder een diploma. Hij wil graag het beeld van de leerlingen en van het Praktijkonderwijs een positieve omwenteling geven. Tevens is het doel van de video om bewustwording op gang te brengen met betrekking tot positieve beeldvorming van het Praktijkonderwijs bij de ouders. In de literatuur is onderzocht wat beeldvorming inhoudt en welke factoren beeldvorming positief en negatief beïnvloeden. Om te voldoen aan het doel is er tevens gekeken in de literatuur welke eisen er gesteld worden aan een video om bewustwording op gang te brengen. Bewustwording is volgens Siegel, Germer & Oldenzki (2009) een proces waarbij interne en externe stimulans wordt geactiveerd zonder oordeel.

Uit de literatuur is gebleken dat er een aantal interventies zijn die beeldvorming positief kunnen beïnvloeden. Deze interventies zijn waarneming en bewustwording, communicatie, een growth mindset, de sterke kanten benadering en verandertaal. Om deze theorieën en interventies te toetsen met de praktijk zijn er interviews gehouden met verwijzers van het speciaal basisonderwijs in Enschede. Het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs is voor de meeste leerlingen een passend vervolg op het speciaal basisonderwijs. Zij zijn geïnterviewd om inzicht te krijgen te krijgen welke interventies ze toepassen en hoe ze deze ervaren. De resultaten uit de interviews hebben geleid tot ontwerpcriteria voor de video en voor een workshop tijdens de informatieavond.

Om de bewustwording uit de video aan te zetten tot een gedragsverandering is er tijdens de informatieavond, aansluitend op de video, een workshop voor de ouders. Growth mindset, één van de interventies, is het thema van de workshop.

Hoewel er een passend beroepsproduct is opgeleverd, lijkt het verstandig om een informatieavond te organiseren waarna de doelgroep feedback kan geven over de video en de workshop. Aan de hand van de feedback kunnen de video en de workshop, indien noodzakelijk en waar nodig, worden aangepast om de doelstellingen te behalen.

Inhoud

Voorwoord.....	2
Samenvatting.....	3
Hoofdstuk 1 Inleiding	7
1.1 Beschrijving organisatie	7
1.1.2 Het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs	7
1.2 Probleemoriëntatie	9
1.2.1 De leerlingen van Bonhoeffer College PrO	9
1.3.1 Prestatiemaatschappij.....	10
1.3.2 Cultuurverschillen	10
1.3.3 Communicatie	11
1.4 Aanleiding probleem	11
1.5 Doelstelling van het onderzoek	11
1.6 Onderzoeksvraag en deelvragen	11
Hoofdstuk 2 Theoretisch kader	12
2.1 Theoretische deelvraag 1	12
2.1.2 Wederzijdse beeldvorming	12
2.1.3 Sociale categorisatie.....	12
2.1.4 Zelfbeeld	13
2.1.5 Prestatiemaatschappij.....	13
2.1.6 Cultuurverschillen	14
2.1.7 Het antwoord op de theoretische deelvraag 1; Wat is beeldvorming?.....	15
2.2 Theoretische deelvraag 2	15
2.2.1 Vooroordelen	15
2.2.2 Bewustwording, het herkennen van vooroordelen	16
2.2.3 Mindset.....	16
2.2.4 Het antwoord op de tweede theoretische deelvraag; Wat beïnvloedt de beeldvorming negatief?	17
2.3 Theoretische deelvraag 3	17
2.3.1 Waarneming	18
2.3.2 Growth mindset	18
2.3.3 Verandertaal.....	19

2.3.4 Sterke kanten benadering.....	19
2.3.5 Communicatie	20
2.3.6 Het antwoord op de derde theoretische deelvraag; Welke interventies kunnen beeldvorming positief veranderen?	21
2.4 Conceptueel model	22
2.8.1 Empirische deelvragen.....	22
Hoofdstuk 3 Methodologie	23
3.1 Onderzoeksmethode per deelvraag	23
3.2 Verantwoording	23
3.3 Type onderzoek.....	23
3.4. Het semigestructureerde interview.....	24
3.4.1 Topiclijst.....	24
3.5 Onderzoekpopulatie.....	25
3.5.1 Verwijzers	25
3.6 Ontwerp workshop.....	26
3.7 Validiteit en betrouwbaarheid.....	26
Hoofdstuk 4 Resultaten interviews.....	27
4.1 Resultaten interviews verwijzers	27
4.1.1 Waarneming en bewustwording, herkennen van vooroordelen.....	27
4.1.2 Growth mindset	28
4.1.3 Sterke kanten benadering.....	29
4.1.4 Verandertaal.....	29
4.1.5 Communicatie	30
4.2 Antwoord op de empirische deelvraag 1; Hoe passen de verwijzers de interventies toe uit het theoretisch kader in hun begeleiding?"	30
Hoofdstuk 5 Ontwerp van de video	31
5.1 Het middel video	31
5.2 Het ontwerpen van een video	31
5.2.1 Attention	32
5.2.2 Interest	32
5.2.3 Desire.....	32
5.2.4 Action.....	33
5.3 Het beroepsproduct, de video	33
5.3.1 Inleiding	33

5.3.2 Kern.....	34
5.3.3 Slot.....	35
5.4 Antwoord op de tweede empirische deelvraag; Hoe wordt een video ontworpen om bewustwording op gang te brengen?	35
Hoofdstuk 6 Aanleiding en handleiding workshop	36
6.1 Modellen gedragsverandering.....	36
6.1.1 Het I-Change model.....	36
6.2 Theoretische onderbouwing workshop.....	36
6.3 De informatieavond	37
6.4 Het antwoord op de derde empirische deelvraag; Hoe kan een workshop de bewustwording uit de video een gedragsverandering op gang brengen?	38
Hoofdstuk 7 Discussie en aanbevelingen.....	39
7.1 Antwoord op de onderzoeksvraag.....	39
7.2 Aanbevelingen.....	39
7.2.1 Schoolwide Positive Behavior Support	39
7.2.2 Communicatie	40
7.2.3 Workshop onderwijsteam Bonhoeffer College PrO	40
7.3 Discussie	40
Hoofdstuk 8 Literatuurlijst	42
Bijlage 1 Eigen werkverklaring	46

Hoofdstuk 1

Inleiding

Uit gesprekken met ouders, verwijzers en teamleden bij het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs is gebleken dat er vooroordelen bestaan over het Praktijkonderwijs en haar leerlingen. Deze vooroordelen kunnen invloed hebben op de motivatie, zelfbeeld en het zelfvertrouwen van de leerlingen. Deze vooroordelen kunnen leiden tot een onjuist beeld van het Praktijkonderwijs. Door middel van onderzoek wil het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs handvaten krijgen om de negatieve beeldvorming een positieve omwenteling te geven.

In dit hoofdstuk wordt een korte beschrijving gegeven van het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs en wat Praktijkonderwijs inhoudt. Verder wordt in dit hoofdstuk de aanleiding van het probleem beschreven en tevens de doelstelling, de hoofdvraag en de theoretische deelvragen.

1.1 Beschrijving organisatie

Bonhoeffer College Praktijkonderwijs, hierna te noemen Bonhoeffer College PrO, is een onderdeel van het Bonhoeffer College, een scholengemeenschap in Enschede. Op het Bonhoeffer College kan men terecht voor alle vormen van onderwijs, vmbo-basis, vmbo-kader, mavo, havo, Vwo en Praktijkonderwijs. Voor elke leerling is er een onderwijssoort die past bij zijn interesses, kwaliteiten en capaciteiten.

Het Bonhoeffer College maakt deel uit van Stichting Carmel. Stichting Carmel is een verbond van 50 scholen voor voortgezet onderwijs door heel Nederland. De scholen hebben een grote mate van autonomie en zelfstandigheid, en samen vormen ze een gemeenschappelijke band van kennis en ervaring op het gebied van het voortgezet onderwijs (Carmel.nl, 2017).

Het Bonhoeffer College gebruikt in haar beleid “Bonhoeffer College richting 2020” de betekenis van competenties zoals die door Damen & Rozema (2002) zijn beschreven. Competenties betekent volgens Damen & Rozen dat er sprake is van een geïntegreerde set van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee een relevante opdracht in een maatschappelijke of beroepssituatie adequaat kan worden uitgevoerd. In het Praktijkonderwijs gaat het bij maatschappelijke situaties om zelfredzaamheid op de gebieden wonen, werken en vrije tijd. Daarbij is de rol als burger in de Nederlandse maatschappij inbegrepen (intranet bv-enschede.nl, 2017).

1.1.2 Het Bonhoeffer College Praktijkonderwijs

Op het Bonhoeffer College PrO volgen 250 leerlingen Praktijkonderwijs. De verhouding allochtoon-autochtone leerling is ongeveer 50%-50% volgens de teamleider bovenbouw. Het Praktijkonderwijs is bedoeld voor leerlingen voor wie het behalen van een diploma in één van de leerwegen van het vmbo te hoog gegrepen is. Alleen leerlingen met een indicatie kunnen naar het Praktijkonderwijs. Om toegelaten tot het Praktijkonderwijs is een Toelaatbaarheidsverklaring Praktijkonderwijs (TLV PrO) nodig. De samenwerkingsverbanden passend onderwijs zijn sinds 1 januari 2016 verantwoordelijk voor het afgeven van deze TLV PrO (praktijkonderwijs.nl, 2018).

Deze indicatie krijgen zij wanneer zij een lager IQ (tussen 55 en 80) hebben, en een leerachterstand (op gebied van leesniveau, spelling, rekenen en begrijpend lezen) van

tenminste drie jaar, gemeten vanaf groep 8 in het basisonderwijs (onderwijs in cijfers.nl, 2017).

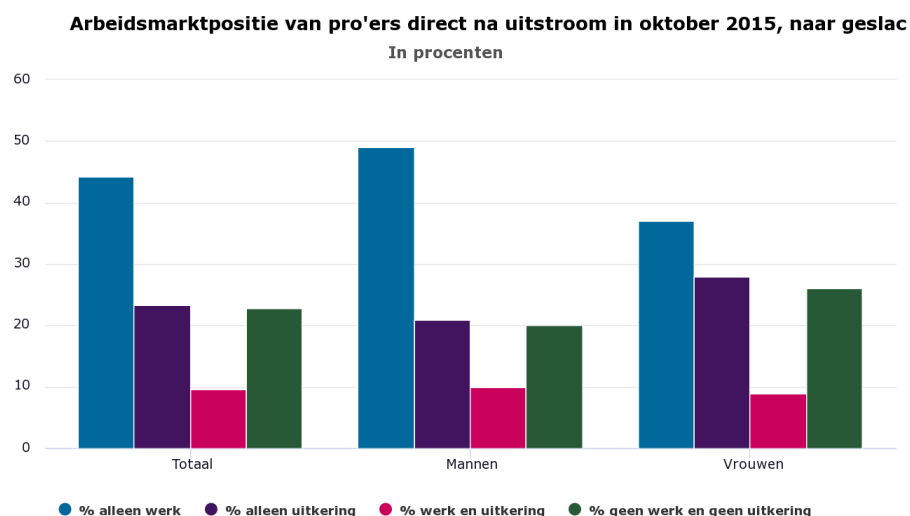
Leerlingen die instromen op het Bonhoeffer College PrO zijn voornamelijk afkomstig van het speciaal basisonderwijs, een enkeling komt vanaf het reguliere basisonderwijs of stroomt af vanuit het vmbo.

Het Bonhoeffer College PrO biedt onderwijs op maat aan leerlingen met een grote afstand tot arbeidsmarkt. Het bevorderen van de praktische – en sociale redzaamheid staat gedurende de hele schoolloopbaan centraal. De arbeidsvoorbereiding vindt plaats binnen diverse sectoren en vakken. De voorbereiding op arbeid vindt plaats in de sectoren zorg, horeca en welzijn, economie, techniek, groen en infra (bc-enschede.nl, 2017). De vakken en sectoren zijn afgestemd op het verwerven van competenties die nodig zijn om zelfstandig in de maatschappij te kunnen functioneren.

Het is niet eenvoudig om een baan te vinden op de arbeidsmarkt, zeker voor kwetsbare jongeren met bijzondere leer- en/of ondersteuningsbehoeften. Om deze jongeren te laten ontwikkelen tot volwaardige deelnemers in de maatschappij wordt een grote inspanning gevraagd van de jongeren, hun ouders, docenten op scholen, gemeenten, werkgevers en werkbegeleiders. Voor scholen voor het Voortgezet Speciaal Onderwijs (VSO) en Praktijkonderwijs (PrO) is arbeidstoeleiding een wettelijke taak voor haar leerlingen (Admiraal & van den Brand, 2015).

Leerlingen uit het Praktijkonderwijs stromen uit naar o.a. dagbesteding (sociale werkplaats, het nieuwe beschut werken) en assisterende functies in de detailhandel, hoveniersbedrijven, horeca, zorg en schoonmaakbedrijven

In de periode 2014-2016 hebben 105 jongeren de opleiding afgerond waarvan de meerderheid is doorgestroomd naar de arbeidsmarkt (47%; 45%) of naar mbo 2 of mbo-entreeopleiding (38%;36%) (Regioplan, 2016).



CBS

Figuur 1. Grafiek arbeidsmarktpositie van leerlingen Praktijkonderwijs direct na uitstroom in oktober 2015 in Nederland (onderwijs in cijfers.nl)

Landelijk stromen ruim 6000 leerlingen jaarlijks uit het Praktijkonderwijs. Iets meer dan de helft gaan door naar ander onderwijs, het grootste gedeelte stroomt door naar het Mbo 1 en

Mbo 2 niveau. Iets minder dan de helft stroomt uit het onderwijs. In bovenstaande grafiek wordt de groep uitstromers uit het Praktijkonderwijs weergegeven. De grafiek laat zien dat het grootste gedeelte van zowel mannen als vrouwen werk vinden. Dit aandeel is groter bij mannen dan bij vrouwen. Van de groep mannen die uitstroomden uit het Praktijkonderwijs had bijna de helft (49%) in 2015 direct bij uitstroom werk gevonden. Bij vrouwen ligt dit op 37%. Vrouwen hadden vaker alleen een uitkering (28%) of geen werk en geen uitkering (26%) dan mannen respectievelijk 21% en 20%.

1.2 Probleemoriëntatie

Zolang er onderwijs bestaat, bestaan er vooroordelen over de diverse niveaus van onderwijs. Uit gesprekken met zeven verwijzers naar het Bonhoeffer College PrO komt naar voren dat er sterke vooroordelen zijn over leerlingen van het Praktijkonderwijs. Eén leerkracht van groep acht van een verwijzende school vertelde dat het Praktijkonderwijs als het “rioolputje” van het Nederlandse onderwijs werd gezien door sommige ouders. Een andere leerkracht van groep acht gaf aan dat er ouders zijn die leerlingen van het Praktijkonderwijs zagen als “klaplopers die niets kunnen”.

Volgens Oudenhoven (2012) zijn vooroordelen een attitude ten opzichte van een bepaalde groep of ten opzichte van de individuele leden van die groep. Vooroordelen hoeven niet negatief te zijn, in het algemeen worden vooroordelen wel vaak gebruikt als er sprake is van een negatieve attitude. Vooroordelen zijn hardnekkig, en wanneer een bepaalde groep eenmaal een etiket opgeplakt heeft gekregen, in een hokje is geplaatst, dan is dit moeilijk te veranderen.

Diverse signalen uit de maatschappij over het Praktijkonderwijs leert ons dat de vooroordelen niet altijd positief zijn. Vooroordelen zijn verbonden met beeldvorming. Volgens Van Dale (vandale.nl, 2018) is de betekenis van beeldvorming “het geleidelijk laten ontstaan van een idee, een indruk”. Beeldvorming is een beeld, een indruk die mensen van iets toevallig kunnen hebben. Dat kan een indruk zijn van een land of een groep mensen. Die indruk kan ontstaan door eigen ervaringen te hebben in dat land of met die personen, maar dat hoeft niet altijd het geval te zijn. Ervaringen en belevingen van andere mensen met bepaalde zaken kunnen bewust of onbewust door anderen in de eigen beeldvorming worden meegenomen. Als mens doet men, mogelijk onbewust, aan beeldvorming (Top, 2001).

1.2.1 De leerlingen van Bonhoeffer College PrO

De leerlingen van het Bonhoeffer College PrO bevinden zich in de adolescentiefase (de Wit, 2004). Een belangrijke fase waarin anderen mede bepalen of je persoonlijkheid en zelfbeeld juist is. Een adolescent maakt zelf een beoordeelde vorming over eigenschappen en kwaliteiten. Door succeservaringen op te doen, maar ook momenten van falen in de ervaringen op lichamelijk, sociaal en cognitief gebied en in de persoonlijkheidsontwikkeling leert een adolescent wat hij wel en niet kan (Erickson, 1968).

Volgens de DSM-IV-TR (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, American Psychiatric Association, 2000) is de term licht verstandelijk beperkt bedoeld voor mensen die een IQ hebben tussen de 50 en 70. Dit gaat samen met een beperking in het sociaal aanpassingsvermogen. Op basis van deze IQ's hebben de leerlingen, afhankelijk van hun IQ, van het Bonhoeffer College PrO een licht verstandelijke beperking.

De leerling van het Bonhoeffer College PrO vindt het lastig om zijn eigen capaciteiten in te kunnen schatten, vaak overschatten of onderschatten zij zichzelf waardoor ze tegen een muur aanlopen. Zij lopen tegen de vooroordelen aan dat zij “niks kunnen”, en niet volwaardig kunnen deelnemen aan de maatschappij. Doordat mensen met een lichte verstandelijke beperking geen uiterlijke kenmerken hebben waaraan hun beperking te herkennen is, worden zij vaak op een te hoog niveau ingeschat. Hierdoor kan de omgeving teveel verwachten van de leerling wat leidt, zowel bij de leerling als bij de omgeving, tot frustratie en faalervaringen (Diepenhorst & Hollander, 2011). Door het beperkte vermogen tot zelfkennis en zelfreflectie overschatten de leerlingen zich zelf en hebben vaak niet te realiseren ambities (De Beer, 2011). Dit kan frustratie en demotivatie veroorzaken.

Er zijn verschillende factoren die beeldvorming kunnen beïnvloeden. Deze factoren zijn o.a. de huidige prestatimaatschappij, cultuurverschillen en communicatie.

1.3.1 Prestatiemaatschappij.

De huidige maatschappij is zeer prestatiegericht. Hoe beter en groter de prestatie (sport, werk), hoe meer waardering men krijgt. Volgens Elshout (2016) bepaalt in de huidige prestatimaatschappij een diploma de waarde, kennis en vaardigheden van een mens. Voornamelijk in het onderwijs worden prestaties gemeten en kunnen mensen zichzelf bewijzen door diploma's te behalen waarmee zij hun eigen prestatie kunnen vergelijken door met die van een ander. Diploma's gelden tevens als voorspellers van de “toekomstige handelingsbekwaamheid” van mensen en daarmee ook hun kansen op de arbeidsmarkt. Ook geven diploma's een aanwijzing van de marktwaarde van mensen, hoe veel ze uiteindelijk gaan verdienen met bijbehorende status, invloed en aantrekkelijkheid van het werk (Elshout, 2016). Volgens Elshout hebben de leerlingen van het Praktijkonderwijs hebben geen uitzicht op een goed betaalde baan met bijbehorende status, invloed en aantrekkelijkheid van het werk omdat zij geen diploma krijgen. De zorgcoördinator van het Bonhoeffer College PrO geeft aan dat ouders tijdens een intakegesprek o.a. bezwaren hebben tegen het feit dat het Bonhoeffer College PrO geen diploma uitreikt, leerlingen krijgen na het afronden van het Praktijkonderwijs aan het Bonhoeffer College een getuigschrift. Volgens de ouders is het krijgen van geen diploma een bevestiging dat hun kinderen functioneren/leren op het laagste niveau, dat ze “aanklooien” (citaat van ouders gegeven door zorg coördinator). Leerlingen van het Bonhoeffer College PrO kunnen certificaten behalen nadat zij een beroepsgerichte cursus hebben gevolgd die aansluit bij hun mogelijkheden, hun keuzes en die tevens herkenbaar en erkenbaar zijn voor de arbeidsmarkt en/of het vervolgonderwijs.

1.3.2 Cultuurverschillen

Op het Bonhoeffer College PrO zijn er cultuurverschillen tussen leerlingen van autochtone en allochtone afkomst, volgens de zorgcoördinator en de adviseur culturele zaken. In het bijzonder speelt bij ouders van allochtone afkomst de cultuur een grote rol. Uit onderzoek van Smit, Driessen en Doesborgh (2005) is gebleken dat de eigen opvoeding, het geloof en de traditionele cultuur het belangrijkste referentiekader vormen voor de opvoedingsdoelen van allochtone ouders. Ouders uit landen met een sterke mate van traditionalisme en collectivisme leggen bij de opvoeding een grotere nadruk op relationele waarden en normen zoals gehoorzaamheid, respect en behulpzaamheid, dan ouders uit een meer modernere en meer individualistische ingestelde samenlevingen.

De adviseur culturele zaken benoemt cultuur als “de kracht van een gemeenschap die een zeer grote invloed heeft op het functioneren van gezinnen en individuen”. De

cultuurverschillen kunnen een verschil van mening geven tussen school en ouders over een toekomst van een leerling.

1.3.3 Communicatie

Om kinderen/leerlingen goed en optimaal te laten ontwikkelen is het belangrijk dat gesprekken tussen ouders en leerkrachten op een goede manier verlopen. In werkelijkheid blijken ervaringen van ouders en leerkrachten met deze gesprekken wisselend. Sommige gesprekken verlopen goed, andere gaan moeizaam omdat sommige ouders niet voldoende Nederlands spreken en lezen en geen of voldoende kennis hebben van het Nederlandse onderwijssysteem. Ouders en leerkrachten hebben een gezamenlijk doel voor ogen, het creëren van een veilige (onderwijs)omgeving waar de kwaliteit van de toekomst van de kinderen zou toenemen. Een gelijkwaardige samenwerking tussen ouders en leerkrachten is hierin een essentieel onderdeel. Tevens behoren communicatieve vaardigheden tot de belangrijkste elementen in dit proces (Stevens & Tallafield, 2003).

1.4 Aanleiding probleem

De vooruitzichten op de arbeidsmarkt zijn gematigd voor de leerlingen van het Praktijkonderwijs (zie figuur 1. Arbeidsmarktpositie in paragraaf 1.1.2). Dit geeft een beeld dat het moeilijk is om zonder diploma een plek op de arbeidsmarkt te vinden. Onderzoek naar dit beeld is van belang om het etiket van “aanklooien” een positieve omwenteling te kunnen geven. Onderzoek naar dit beeld kan ook helpen om bewustwording op gang te brengen met betrekking tot positieve beeldvorming van het Praktijkonderwijs.

1.5 Doelstelling van het onderzoek

Het doel van het onderzoek is om het negatieve beeld dat er heerst over het Praktijkonderwijs een positieve omwenteling te geven. Het doel is om ouders inzicht te geven en bewust te maken dat er kansen en mogelijkheden zijn voor leerlingen van het Praktijkonderwijs op de (huidige) arbeidsmarkt zonder een diploma. Dat de persoonlijke talenten en kwaliteiten van een mens evenveel waard zijn dan een schooldiploma, een schooldiploma zegt niet alles over de kansen en mogelijkheden op de arbeidsmarkt. Informatie verstekken door beeldmateriaal met de inzet een video kan een middel zijn om dit doel te bereiken.

1.6 Onderzoeksvraag en deelvragen

Onderzoeksvraag:

Hoe kan een video over het Bonhoeffer College PrO een bijdrage leveren tot een positieve beeldvorming bij ouders over de mogelijkheden en kansen van leerlingen van het PrO op de (huidige) arbeidsmarkt?

Theoretische deelvragen:

1. Wat is beeldvorming?
2. Wat beïnvloedt beeldvorming negatief?
3. Welke interventies kunnen beeldvorming positief veranderen?

Hoofdstuk 2

Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt de theoretische verantwoording van het onderzoek beschreven. In dit hoofdstuk wordt beeldvorming beschreven vanuit de literatuur, welke factoren beeldvorming beïnvloeden en welke interventies beeldvorming kunnen veranderen. Tevens worden in dit hoofdstuk antwoorden gegeven op de deelvragen uit hoofdstuk 1.

2.1 Theoretische deelvraag 1

In de onderstaande paragrafen wordt antwoord gegeven op de eerste theoretische deelvraag vanuit de literatuur; Wat is beeldvorming?

Volgens het meldpunt discriminatie regio Amsterdam (2012) is beeldvorming het beeld dat wij, mensen, vormen over een onderwerp, een persoon of groep mensen door informatie die wij gekregen hebben vanuit televisie, internet, kranten en andere bronnen van (sociale) media of vanuit school, ouders, vrienden enzovoort. Alle informatie sla je op in de hersenen en zo worden verschillende beelden gevormd. De beelden die je opslaat in je hersenen komen voort uit de gedachten die het menselijke verstand aan de lopende band produceert, dit gaat de hele dag door.

2.1.2 Wederzijdse beeldvorming

Wederzijdse beeldvorming omvat opvattingen en oordelen die mensen hebben over zichzelf, de eigen groep en cultuur, als ook over die van andere groepen en culturen (Booijink, 2007). Het is een menselijke eigenschap dat men mensen indeelt in categorieën zoals etniciteit, geslacht en leeftijd als men elkaar ziet, men doet dat op basis van wat men waarneemt. Dit geldt ook als men luistert naar verschillende soorten muziek (rock, smartlap), kijkt naar verschillende films (komedie, drama), voedsel eet (gezond, ongezond). Men ziet mensen op straat in verschillende kledingstijlen (casual, zakelijk). Wederzijdse beeldvorming omvat opvattingen en oordelen die mensen hebben over zichzelf, de eigen groep en cultuur en ook over die van andere groepen en culturen. Het menselijke proces verzamelt informatie, hoe men met deze informatie omgaat en interpreteert. Mensen koppelen bepaalde kenmerken aan bepaalde groepen. Het verklaart het gedrag hoe men met elkaar omgaat, de sociale interactie met de wereld om ons heen. Dit gebeurt automatisch en onbewust, op deze manier deelt men de wereld om ons heen in categorieën, dit wordt sociale categorisatie genoemd (Vonk, 2013).

2.1.3 Sociale categorisatie

Volgens Oudenhoven (2012) is sociale categorisatie het indelen in groepen van mensen op basis van een gemeenschappelijk kenmerk en men hierdoor zich door het denken, voelen en handelen laat leiden. Het gemeenschappelijke kenmerk kan elk kenmerk zijn zoals huidskleur, leeftijd, religie, geslacht, culturele achtergrond, onderwijsniveau of het accent van de regio waar men woont. Het proces van sociale categorisatie bespaart ook tijd als het gaat om het maken van een inschatting betreffende mensen en hun gedrag. Op deze manier kan men ook snel informatie verwerken over een persoon. Deze sociale categorisatie vormt de basis voor menselijke sociale interactie (Wigboldus, 2014).

Sociale categorisatie is meestal zeer nuttig. Soms worden mensen op basis van alledaagse kenmerken in categorieën verdeeld. Door mensen te categoriseren op basis van bepaalde kenmerken die er gemeenschappelijk zijn, kan men makkelijker het gedrag begrijpen en voorspellen (Rosch, 1978). Toch zegt een haarkleur of kledingstijl weinig over een persoon.

Onbewust typeert men mensen die er “anders” uitzien als “onbekend” en wellicht als mogelijk “gevaarlijk”. Een gevolg hiervan is dat men, vaak op basis van de eerste indruk, bijvoorbeeld het uiterlijk bepaalt hoe men met mensen omgaat.

Sociale categorisatie heeft invloed op de wijze waarop mensen informatie verzamelen over zichzelf en anderen en hoe zij de informatie interpreteren. Deze informatie wordt dan gegeneraliseerd naar alle leden van een groep of cultuur en verschillen tussen leden van eenzelfde groep worden genegeerd. Beeldvorming komt vaak tot uiting in de vorm van vooroordelen en stereotypen.

2.1.4 Zelfbeeld

Mensen hebben de neiging om de groep en groepen waartoe zij behoren positief te beoordelen. Dit draagt bij aan een positief zelfbeeld. Omgekeerd heeft men ook de neiging om andere groepen meer negatief te beoordelen (Booijnk, 2007). Mensen koppelen bepaalde kenmerken aan bepaalde groepen. Dit betekent dat deze kenmerken op de gehele groep worden geprojecteerd. Hierbij is er sprake van generalisatie volgens Booijnk (2007), waarbij er geen aandacht is voor de verschillen binnen dezelfde groep of cultuur. Ook bestaat er een kans op het ontwikkelen van ethnocentrisme, waarbij cultuur gepersonaliseerd wordt en de eigen groep als beter wordt gezien dan de andere groep (West en Turner, 2006).

2.1.5 Prestatiemaatschappij

De huidige maatschappij is een prestatimaatschappij. Dit vormt een beeld van de huidige prestatimaatschappij, dat er gepresteerd moet worden. Hoe groter de prestatie, hoe groter de waardering in geld en status en hoe positiever het beeld is volgens de maatschappij van de prestatie. Volgens Elshout (2016) bepaalt in de huidige prestatimaatschappij een diploma de waarde, kennis en vaardigheden van een mens. Voornamelijk in het onderwijs worden prestaties gemeten en kunnen mensen zichzelf bewijzen door diploma's te behalen waarmee zij hun eigen prestatie kunnen vergelijken door met die van een ander. Diploma's gelden tevens als voorspellers van de “toekomstige handelingsbekwaamheid” van mensen en daarmee ook hun kansen op de arbeidsmarkt. Ook geven diploma's een aanwijzing van de marktwaarde van mensen, hoe veel ze uiteindelijk gaan verdienen met bijbehorende status, invloed en aantrekkelijkheid van het werk (Elshout, 2016).

Sinds 1 januari 2015 is de Participatiewet in werking getreden. De leerlingen uit het Praktijkonderwijs vallen onder deze Participatiewet. Deze wet kan een beeld geven naar de huidige prestatimaatschappij toe dat leerlingen uit het Praktijkonderwijs niet in staat zijn om zelfstandig de arbeidsmarkt te kunnen betreden en daar te kunnen blijven.

Door deze wet is de gemeente verantwoordelijk geworden voor de leerlingen die uitstromen uit het Praktijkonderwijs, leerlingen die kunnen werken maar het niet altijd gaan redden op de arbeidsmarkt zonder ondersteuning. Met deze wet wil het kabinet meer mensen met een ziekte of een lichamelijk en/of geestelijke beperking aan het werk krijgen. Een onderdeel van de Participatiewet is de inclusieve arbeidsmarkt. Het kabinet zegt met de Participatiewet te streven naar een inclusieve arbeidsmarkt die mensen ongeacht hun beperkingen tot hun recht laat komen en hen in staat stelt zoveel mogelijk zelfstandig mee te doen aan de samenleving (Klosse & Muysken, 2014). Het kabinet en de werkgevers hebben daarom afgesproken om extra banen te scheppen. Dit wordt geregeld door de Wet Banenafpraak en quotum arbeidsbeperkten (uwv.nl, 2017). De Wet Banenafpraak geldt sinds 1 april 2015.

Deze wet is voor mensen die niet in staat zijn tot het verdienen van 100% WML (wettelijk minimumloon). Een groot deel van de PrO leerlingen valt in deze groep. Om het arbeidsvermogen te kunnen beoordelen wordt er, in overleg met ouders, een ABA (Aanvraag Beoordeling Arbeidsvermogen) bij het UWV gedaan.

Bij toekenning krijgt de leerling indicatie Banenafpraak en valt dan in het doelgroepenregister. Dit betekent dat de leerling ondersteuning krijgt van de gemeente en in het oog blijft van de gemeente bij bemiddeling naar werk en eventueel verlies van werk. Verder betekent dat er afspraken met werkgevers kunnen worden gemaakt over de loonwaarde (is een percentage dat iemand met een arbeidsbeperking kan verdienen) en loonkostensubsidie. De loonwaarde en de mogelijkheid van loonkostensubsidie maakt deze doelgroep aantrekkelijker voor de arbeidsmarkt (presentatie stageteam Bonhoeffer College PrO, 2017).

2.1.6 Cultuurverschillen

Diverse culturen en diens leden hebben een beeld van andere culturen en diens leden. Dit beeld kan positief of negatief zijn en heeft invloed op het handelen van leden van die diverse culturen. Op het Bonhoeffer College PrO zijn er cultuurverschillen tussen leerlingen van autochtone en allochtone afkomst, volgens de zorgcoördinator en de adviseur culturele zaken. In het bijzonder speelt bij ouders van allochtone afkomst de cultuur een grote rol. Uit onderzoek van Smit, Driessen en Doesborgh (2005) is gebleken dat de eigen opvoeding, het geloof en de traditionele cultuur het belangrijkste referentiekader vormen voor de opvoedingsdoelen van allochtone ouders. Ouders uit landen met een sterke mate van traditionalisme en collectivisme leggen bij de opvoeding een grotere nadruk op relationele waarden en normen zoals gehoorzaamheid, respect en behulpzaamheid, dan ouders uit een meer modernere en meer individualistische ingestelde samenlevingen.

De adviseur culturele zaken benoemt cultuur als “de kracht van een gemeenschap die een zeer grote invloed heeft op het functioneren van gezinnen en individuen”.

Status en een goede baan zijn zeer belangrijk voor ouders met een Turkse en een Marokkaanse achtergrond, geven de zorgcoördinator en de adviseur culturele zaken aan. Dit hebben zij vastgesteld uit gesprekken met ouders van Turkse en Marokkaanse achtergrond. Uit onderzoek van het Expertise Centrum Beroepsonderwijs (2013) is gebleken dat ouders van allochtone afkomst een grote voorkeur hebben voor “witteboordenwerk”.

Techniek en de groene sector hebben in hun ogen een lage status (Kuipers & Meijers, 2009; De Koning e.a., 2010). De sector Economie en Handel zien ouders als de beroepssector met de grootste kans op een hoog salaris, de meeste kans op promotie naar een hogere functie en de grootste kans op het starten en hebben van een eigen bedrijf.

Zoals al eerder beschreven vinden leerlingen van het Praktijkonderwijs hun plek op de arbeidsmarkt in assisterende functies op de werkvloer, een functie in het middenkader of management is niet haalbaar vanwege het beperkte cognitieve vermogen.

Het gedrag van (allochtone) ouders heeft invloed op de motivatie van hun kinderen, de leerlingen van het Bonhoeffer College PrO. Er is schaamte voor de familie, bij eventuele bijkomende sociale en/of gedragsproblematiek wordt er geen of weinig hulp ingeschakeld. Vooral bij allochtonen worden problemen binnenkamers gehouden. Ze willen dat hun kind

optimaal gaat presteren en leggen daardoor veel druk op hun kinderen. De leerlingen kunnen in de meeste gevallen deze druk niet aan en verliezen hun motivatie om te presteren op hun eigen niveau. Het gevolg is weinig zelfvertrouwen en een negatief zelfbeeld.

2.1.7 Het antwoord op de theoretische deelvraag 1; Wat is beeldvorming?

Beeldvorming omvat opvattingen en oordelen die mensen hebben, over zichzelf, de eigen groep en cultuur, als ook over die van andere culturen en groepen. Het is een menselijke eigenschap dat men mensen indeelt in categorieën zoals etniciteit, geslacht en leeftijd. Men doet dat op basis van wat waarneemt in het dagelijkse leven en via de (social) media.

2.2 Theoretische deelvraag 2

In de onderstaande paragrafen wordt antwoord gegeven op de tweede theoretische deelvraag; Wat beïnvloedt beeldvorming negatief?

2.2.1 Vooroordelen

Een wereld zonder vooroordelen en discriminatie is een utopie. Het is belangrijk ervoor te zorgen dat vooroordelen in de hedendaagse maatschappij geen verwoestende gevolgen gaan hebben. Vooral als het emotionele deel van vooroordelen te sterk wordt, gaat het mis en kunnen er oorlogen en/of vreemdelingenhaat ontstaan. Het is de taak van de overheid en de samenleving dat vooroordelen en discriminatie worden bestreden. Bestrijden kan niet zonder dat het duidelijk is waar vooroordelen en discriminatie vandaan komen (Oudenhoven, 2012). Het menselijk gedrag wordt grotendeels bepaald door twee motivationele principes namelijk het hedonistisch motief en het cognitiefverordeningsmotief. Met het hedonistisch motief wordt bedoeld dat mensen graag gedrag laten zien of ervaringen hebben die prettig zijn. Mensen hebben liever complimenten dan kritiek, winnen liever dan verliezen en men wil graag beter zijn dan een ander. Dit kan leiden tot bedrog, ruzie, roddelen en eventueel ook chantage. Daarnaast neemt men vaak vertekend waar, op zo'n manier dat men er zelf beter vanaf komt (Oudenhoven, 2012).

Het cognitiefverordeningsmotief betekent dat men behoefte heeft aan cognitieve ordening. De dagelijkse fysieke en sociale omgeving confronteert de mens met vele prikkels die geordend moeten worden, wil men niet verward raken door alle informatie die op de mens afkomt. Zonder cognitieve ordening kan men niet handelen. Soms is het van levensbelang om direct onderscheid te kunnen maken tussen goed en kwaad, snel te kunnen handelen om een juiste beslissing te nemen in het verkeer bijvoorbeeld. Bijvoorbeeld aan wie vraag je in het donker de weg in een onbekende stad? Aan een sjofel geklede man of aan een vriendelijk ogende oudere vrouw? Dat betekent dat men aan de hand van een aantal kenmerken oordeelt over wat men gaat doen. Die categorisatie is zeer functioneel en het cognitieve systeem is er ook op gericht om die categorisatie snel te kunnen plaatsen (Oudenhoven, 2012).

Mensen hebben behoefte aan ordening van prikkels die men dagelijks ontvangt. Deze ordening helpt ons bij het verwerken van informatie en helpt ons bij het nemen van juiste beslissingen.

2.2.2 Bewustwording, het herkennen van vooroordelen

Vooroordelen en stereotypen zijn attitudes ten opzichte van een bepaalde groep of ten opzichte van de individuele leden van die groep. Die attitude bestaat uit verschillende gedeeltes. Vooroordelen en stereotypen geven aan hoe men over andere groepen of leden van die groep denkt. Het maakt de wereld overzichtelijker want zij helpen ons snel te handelen omdat men al een schema van de werkelijkheid klaar heeft.

Bijna iedereen heeft vooroordelen maar volgens talrijke onderzoeken uit de sociale psychologie kan men deze onder de knie krijgen (Felten, 2016). Volgens Devine (1989) hebben niet-bevooroordeelde mensen met een lichte huidskleur stereotyperende beelden over mensen met een donkere huidskleur. Om te voorkomen dat deze stereotyperende beelden invloed hebben op het gedrag, dient men eerst te begrijpen dat men vooroordelen heeft (Monteith, 1993). Op basis van eerder empirische onderzoeken naar vooroordelen en stereotypering heeft Monteith een theoretisch model samengesteld.

- Stereotypen worden vanzelf en zonder nadenken actief in het brein en in eerste instantie is men geneigd hiernaar te handelen, een zeker gedrag te vertonen.
- Maar, als men een discrepantie (verschil) ervaart tussen het gedrag op basis van stereotypen en vanuit eigen normen en waarden niet bevooroordeeld te zijn, dan begint de bewustwording.
- Men kan dan onprettige gevoelens ervaren als bijvoorbeeld schuldgevoelens over het getoonde gedrag en men gaat dan reflecteren op zichzelf, men gaat in de spiegel kijken.
- In het vervolg stelt men een aantal tips voor zichzelf vast waardoor men weet dat men moet oppassen om niet naar de stereotypen en vooroordelen te handelen.
- In de toekomst is men eerder waakzaam wanneer stereotypen en vooroordelen actief worden in het brein. Men trapt dan op de rem, reflecteert en laat dan gedrag zien dat samengaat met je norm en waarden om iedereen gelijk te behandelen.

Bewustwording is in dit model doorslaggevend en volgt op het ervaren van een verschil (discrepantie) tussen het eigen gedrag en eigen waarden en normen (Monteith, 1993).

2.2.3 Mindset

Wat zijn gedachten? Gedachten zijn woorden in het hoofd die werkelijke lichamelijke sensaties en emoties te weegbrengen. Deze sensaties en emoties kunnen kennelijk zo samenvallen met die gedachten in ons hoofd dat men ze voor waar aannemen, dat ze realiteit worden en dat men er naar gaat gedragen. Dit wordt cognitieve diffusie genoemd; een gedachte die men voor waarheid aanneemt. Dit vermogen kan de mens plezier en last geven. Het gedrag dat kan voorkomen uit cognitieve diffusie kan het zelfbeeld van een mens bepalen (Bohlmeijer & Hulsbergen, 2009). Een gedachte die men voor waarheid aanneemt wordt beïnvloedt door de mindset die men heeft. Uit onderzoek van Dweck (2006) is gebleken dat mensen wat betreft ontwikkeling over zichzelf en over hun persoonlijke eigenschappen twee verschillende zelfbeelden (mindsets) kunnen hebben, een fixed (vaststaand) mindset of een growth (ontwikkelaar) mindset. Een mindset is volgens Dweck (2006) een paradigma, is een geheel van opvattingen, is de bril waardoor men naar de wereld om zich heen kijkt. Deze opvattingen bepalen het gedrag. Kan dat gedrag veranderd worden? Het is een oud vraagstuk of de menselijke capaciteiten vast liggen of dat ze te ontwikkelen zijn. Volgens de meeste deskundigen is het een wisselwerking tussen nature (aanleg) en nurture (opvoeding). De visie die men heeft op het ontwikkelen van kwaliteiten

heeft belangrijke gevolgen voor de leerhouding (wij-leren.nl, 2018). Wanneer men begrijpt hoe de mindsets werken, ziet men hoe het een tot de ander leidt. Bij een fixed mindset gelooft men dat capaciteiten vast staan, dat leidt tot bepaalde gedachtes en handelingen. Bij een growth mindset gelooft men dat capaciteiten te ontwikkelen zijn en dat leidt tot een grotere afwisseling van gedachten en handelingen.

Bij een fixed mindset gaat men ervan uit dat, in het bijzonder, aangeboren of vroeg aangeleerde capaciteiten de prestaties van een leerling bepalen. Deze mindset stelt dat mensen veel kunnen leren, maar het IQ is de bovengrens. Leerlingen die van hun docent te horen krijgen dat men voor een bepaald vak talent moet hebben, hebben de drang uitdagingen eerder uit de weg te gaan. Het kon wel eens zijn dat men het niet kan, dat men geen talent heeft. Die leerlingen zijn bang voor een mislukking, bang om af te gaan. Mocht het niet meteen lukken dan geven ze snel op. Inspanning wordt als nutteloos gezien, men moet er immers talent voor hebben. Feedback wordt vaak niet gehoord, omdat men niet gelooft dat ze het wel kunnen. Feedback wordt gezien als kritiek, als een beoordeling dat ze het niet goed doen. Een succeservaring van bijvoorbeeld een andere leerling kan hen ook niet inspireren. Die houding onder leerlingen kan dus beïnvloed zijn door docenten die richting leerlingen statische opmerkingen hebben gemaakt. De onuitgesproken boodschap die daarmee wordt uitgezonden is dat het niet of nauwelijks te leren is als men er onvoldoende talent voor heeft. Het gevolg van de fixed mindset is dat men zich niet verder ontwikkelt en dus minder kan bereiken dan mogelijk is. De prestaties worden beperkt door een fixed mindset. Een fixed mindset werkt vernietigend op de gedachten en leidt tot slechte leermethoden. Dat laatste is vooral in het vmbo, het Praktijkonderwijs en het speciaal onderwijs een groot risico. Deze leerlingen hebben de ervaring dat ze cognitief achterblijven bij leeftijdgenoten, dat is een realiteit. Maar ook zij kunnen ver komen, de vraag is hoe. Het begint met de overtuiging dat zij een verrassende ontwikkeling kunnen doorlopen, gemotiveerd door hun naaste omgeving bestaande uit ouders, docenten en werkgevers (Van Dijck & Toenders, 2016).

2.2.4 Het antwoord op de tweede theoretische deelvraag; Wat beïnvloedt de beeldvorming negatief?

Uit de literatuur blijkt dat beeldvorming wordt beïnvloedt door de kennis die men denkt te hebben of heeft zonder daadwerkelijk goed naar de groep en/of persoon te kijken. Die kennis resulteert in vooroordelen en stereotypen. Vooroordelen en stereotypen maken de wereld overzichtelijk en maakt dat men kan handelen. Om te voorkomen dat vooroordelen en stereotypen invloed hebben op het gedrag dient men te begrijpend dat men vooroordelen heeft. Indien men merkt dat er een verschil is tussen het eigen handelen, gedrag en normen en waarden volgt er bewustzijn. Dan zal men zijn eigen gedrag reflecteren.

Beeldvorming wordt tevens beïnvloedt door een fixed mindset. Een fixed mindset betekent dat men star blijft denken en daardoor geen verschil zal ervaren tussen het eigen gedrag en eigen normen en waarden.

2.3 Theoretische deelvraag 3

In de onderstaande paragrafen wordt antwoord gegeven op de derde theoretische deelvraag; Welke interventies kunnen beeldvorming positief veranderen?

2.3.1 Waarneming

De zelfperceptietheorie of de zelfwaarnemingstheorie van Bem (1972) kijkt naar de vorming en werking van dit referentiekader en onderzoekt hoe dit kader eventueel beïnvloed kan worden. In deze theorie ligt de macht bij de ontvanger, de informatie die bij de ontvanger terecht komt wordt (onbewust) door de ontvanger gefilterd. De filters die hierbij gebruikt worden zijn selectieve aandacht, selectieve waarneming en selectief onthouden. Selectieve aandacht houdt in dat de ontvanger slechts aandacht besteedt aan zaken die hem persoonlijk interesseren. Selectieve waarneming sluit aan bij selectieve aandacht en betekent dat men zal kijken en luisteren naar dingen die binnen zijn referentiekader passen, maar hij zal ze ook subjectief waarnemen, men hoort alleen wat men wil horen. Wanneer de informatie niet aansluit bij de interesses van de desbetreffende persoon, dan zal men het zo aanpassen dat het wel binnen het referentiekader past. Bij selectief onthouden gaat het er om dat alle informatie die men te verwerken krijgt, men onthoudt die als aansluiten bij ons referentiekader. De informatie die men niet interesseert vergeet men snel.

Volgens Vonk (2013) kunnen mensen zich ook geïmmiteerd voelen aan hun opvattingen of aan eenmaal gemaakte keuzes. Uit onderzoek is gebleken dat men zijn mening aanpast naar wat gangbaar is in zijn omgeving, dit heet conformiteit. Mensen interpreteren nieuwe informatie vanuit bestaande opvattingen, waar het resultaat neigt naar het versterken van die opvattingen en nieuwe informatie wordt aangepast in de richting van bestaande opvattingen, zodat men er sterker in gaat geloven. Indien nodig zal men zijn houding zo veranderen dat ze hun zelfbeeld beschermen en daarmee cognitieve dissonantie neutraliseren. Cognitieve dissonantie is het onplezierige ervaren tegenstrijdige gevoel tussen twee of meer opvattingen of tussen een eigen opvatting en eigen gedrag (Festinger, 1957). Men voelt zich er niet goed bij, maar toch doet men het. Dit uit zich in het rechtvaardigen van gedrag van bijvoorbeeld: “mijn neef heeft ook Praktijkonderwijs gevolgd en hij volgt nu een opleiding op het ROC op niveau drie en wil ook nog doorstromen naar niveau vier”.

De zintuigen (zien, horen, reuk, smaak en voelen) gebruikt men continu om gevraagde en ongevraagde informatie te verwerken. De informatie die men ontvangt wordt automatisch verwerkt in orde van persoonlijk belang in relatie tot ons referentiekader. De informatie die men belangrijk vindt krijgt prioriteit en daar wordt aandacht aan gegeven en blijft aandacht krijgen, het overige wordt vergeten.

2.3.2 Growth mindset

Bij een growth mindset gaat men er van uit dat het niet zinvol is om te denken in termen van een bovengrens omdat men niet kan vooruitkijken waar het leren ophoudt. Wilskracht, gerichte training en doorzetten zijn hierin bepalende factoren. Een persoon met een growth mindset gaat er vanuit dat de basiskwaliteiten te ontwikkelen zijn door er moeite voor te doen, en ook denkt deze persoon dat intelligentie te ontwikkelen is. Bij een growth mindset gelooft men dat de mogelijkheden onbekend zijn en niet te voorspellen zijn wat men kan bereiken door jaren hard te werken en te oefenen. Bij een growth mindset gaat men uitdagingen niet uit de weg en geeft men niet op bij tegenslag. Men laat zich inspireren door prestaties van anderen, het krijgen van feedback wordt omgedraaid naar een leermoment. Het gevolg van een growth mindset is dat men steeds een hoger niveau bereikt (wij-leren.nl, 2018).

2.3.3 Verandertaal

Het menselijke gedrag veranderen is lastig, het heeft voordelen en nadelen. Niet veranderen heeft ook voor- en nadelen. Deze tegenstrijdige gevoelens worden ambivalentie genoemd. De wil om te veranderen en een positieve bijdrage te leveren aan een opgelegde noodzaak het anders te doen, ontstaat slechts beperkt als anderen het advies geven het te doen. Wanneer ongevraagd wordt om het anders te gaan doen werkt nog minder. Wanneer veranderen wel in slaagt, is daar autonome motivatie aan vooraf gegaan. Autonome motivatie is motivatie die niet opgelegd is, maar door het inzetten van verandertaal naar boven komt (communicatietraining.nl, 2018).

Menselijk gedrag kan veranderd worden door ruimte te geven voor verandering en door iemand zelfvertrouwen te geven over de haalbaarheid van de verandering. Dat doet men door het opwekken en versterken van verandertaal. Verandertaal is de taal waarmee men aangeeft dat men voorzichtig nadenkt over een andere toekomst. Het uiten van verandertaal gaat in twee stappen. De eerste stap is het wennen om iets te gaan veranderen. Men gaat erover nadenken, die gedachten uiten en gevoel erbij krijgen. Dit noemt men voorbereidende verandertaal. De tweede stap volgt als men genoeg is voorbereid en de sterke wens heeft om te veranderen (cognitief en emotioneel). De tweede stap is de wens om actie te gaan ondernemen. Deze stap is te herkennen aan actiewoorden, dit noemt men activerende verandertaal (Goijarts & van der Veen, 2012).

Men kan geholpen worden om autonoom gemotiveerd te raken. De bereidheid om te veranderen en het zelfvertrouwen moeten hiervoor sterk genoeg zijn (Goijarts & van der Veen, 2012). In het bijzonder het op gang brengen van bewust zijn over de huidige en mogelijke toekomstige situatie, de voor- en nadelen van beide situaties. Men gaat op zoek om de ambivalentie te herkennen bij de ander (communicatietraining.nl, 2018).

Ambivalentie hoeft niet opgelost te worden, maar dient wel verminderd te worden om stappen te kunnen zetten richting gedragsverandering.

Het gaat erom dat men motivatie onderzoekt en de motivatie ontwikkelt om tot gedragsverandering te komen. Om uit de ambivalente toestand te komen dient men erachter te komen wat voor een ander het er meest toe doet vanuit zijn eigen standpunt. Verandering komt op gang als men het resultaat van een gedragsverandering kan koppelen aan iets wat voor de ander persoonlijk van waarde heeft en dat motiveert. Motivatie staat aan de basis van een verandering (Goijarts & van der Veen, 2012).

2.3.4 Sterke kanten benadering

De kern van de sterke kanten benadering is dat niet de problemen, gebreken en tekortkomingen als vertrekpunt dienen, maar dat wordt uitgegaan van persoonlijke successen, kwaliteiten en sterke kanten van mensen. Deze zijn het vertrekpunt voor verandering (Deci & Ryan, 2000). De motiverende werking van de sterke kanten benadering kan worden verklaard aan de hand van de zelf-determinatie theorie van Ryan en Deci (2000). Volgens deze theorie hebben mensen een drietal fundamentele behoeften:

1. de behoefte aan ervaren van competentie → het gevoel hebben dat je iets kunt, dat je in staat bent om uitdagingen het hoofd te bieden.
2. de behoefte aan autonomie → zelf je koers, richting kunnen bepalen, niet door anderen ergens toe gedwongen worden.
3. de behoefte aan verbondenheid → relaties aan kunnen gaan, er bij horen en geaccepteerd worden door anderen.

Deze fundamentele behoeftes bepalen dan weer de kwaliteit van motivatie. Ryan & Deci (2000) maken in hun theorie een onderscheid tussen verschillende types van motivatie.

De belangrijkste motivatietypes zijn:

- externe motivatie → de motivatie komt van buiten jezelf, je doet iets om een beloning te krijgen of om een straf te voorkomen.
- geïnternaliseerde motivatie → de motivatie komt voort uit interne sancties, je voelt je verplicht om iets te doen, je voelt je schuldig als je het niet doet.
- gecommiteerde motivatie → de motivatie komt voort uit identificatie met het doel, je doet iets omdat je het belangrijk vindt, het draagt bij aan iets wat jij waardevol vindt.
- intrinsieke motivatie → de motivatie komt voort uit je interesse en het plezier dat je beleeft aan de activiteit zelf, je haalt voldoening uit de werkzaamheden die een bijdrage leveren aan het realiseren van het doel.

Gecommiteerde motivatie wordt ook autonome motivatie genoemd, er is sprake van een eigen keuzeprocess. Deze motivatie ontstaat doordat men inziet en accepteert dat een zeker gedrag belangrijk is om, eigen gewenste, resultaten te kunnen realiseren. Hierbij heeft men tevens het gevoel dat men zelf die de (gedrags)verandering op gang kan brengen. Omdat men het belangrijk vindt is men kan men ook de motivatie vast houden en zo het gedrag weten vol te houden, ook bij tegenslagen.

2.3.5 Communicatie

Om kinderen/leerlingen goed en optimaal te laten ontwikkelen is het zeer belangrijk dat de gesprekken tussen de diverse partijen op een goede manier verlopen. In werkelijkheid blijken ervaringen van ouders en leerkrachten in gesprekken wisselend. Sommige gesprekken verlopen goed, andere gaan moeizaam, omdat sommige ouders niet voldoende Nederlands spreken en lezen en geen of onvoldoende kennis hebben van het Nederlandse onderwijssysteem. Ouders en leerkrachten hebben een gezamenlijk doel voor ogen, het creëren van een veilige (onderwijs)omgeving waar de kwaliteit van de toekomst van de kinderen zou toenemen. Een gelijkwaardige samenwerking tussen ouders en leerkrachten is hierin een essentieel onderdeel. Tevens behoren communicatieve vaardigheden tot de belangrijkste elementen in dit proces (Stevens & Tallafield, 2003).

Pinto (1990) heeft onderscheid gemaakt tussen efficiënte en effectieve communicatie. Er is efficiënte communicatie wanneer de ontvanger de boodschap heeft begrepen zoals de zender hem heeft bedoeld. Er is sprake van effectieve communicatie wanneer de ontvanger de boodschap laat zien waarop de zender gerekend had. Volgens Pinto zijn er vier voorwaarden waaraan moet worden voldaan om het communicatieproces effectief te kunnen zijn. Het volgende schema vat deze vier voorwaarden samen.

Technische voorwaarde	Boodschapper en zender moeten elkaar kunnen verstaan. Hieronder vallen o.a. ruimte, hoorvermogen en taal.
Cognitieve voorwaarde	Boodschapper en zender dienen te communiceren op een voor elkaar aanvaardbaar intellectueel niveau en het onderwerp van gesprek moet bij beide partijen voldoende bekend zijn.
Interpretatieve voorwaarde	Boodschapper en ontvanger moeten aan de gebruikte woorden dezelfde interpretatie toekennen. Het gaat dan om begrippen die verschillende associaties kunnen oproepen.
Affectieve communicatie	Niet alleen de gebruikte taal, handelingen en gebaren moeten bekend zijn bij beide partijen maar moeten ook dezelfde emoties oproepen en dezelfde emotionele betekenis hebben.

Tabel 1. Voorwaarden effectieve communicatie Pinto (1990)

De voorwaarden van Pinto laten zien dat wanneer mensen dezelfde taal spreken, er toch hindernissen kunnen zijn in de wederzijdse communicatie. Het is mogelijk dat wanneer een boodschap van de zender verstaan wordt, het niet tot de gewenste reactie leidt of geen reactie als gevolg heeft. Dan wordt er gesproken van lineaire communicatie in plaats van circulaire communicatie en is er dan sprake van eenrichtingsverkeer met kans op eventuele misverstanden. In de wetenschappelijke literatuur zijn er tal van factoren benoemd die een open communicatie tussen ouders en leerkrachten, ongeacht hun culturele achtergrond, in de weg staan. Voorbeelden van factoren zijn het gebruik van vaktaal, het gebrek aan tijd om elkaar te leren kennen en de verschillende opvattingen over de rol van ouder en leerkracht (Joshi, Eberly, Kenzal, 2005). Het opbouwen van sterke, vertrouwelijke en wederzijdse respectvolle relaties tussen ouders en leerkrachten die dezelfde culturele achtergrond hebben, blijkt moeilijk en tussen ouders en leerkrachten met verschillende culturele achtergronden is dit nog moeilijker (Josh, Eberbly, Kenzal, 2005). Leerkrachten en schoolleiders hebben de ervaring dat de communicatie met ouders van allochtone afkomst moeizamer en problematischer verloopt (Booijnk, 2007). Dit kan te maken hebben dat ze elkaar zien als cultureel anders, dit heeft te maken met interculturele communicatie. Shadid (2007) legt interculturele communicatie uit “als een proces van uitwisseling van informatie tussen twee personen die zichzelf in een specifieke context in cultureel opzicht als onderling verschillend definiëren”. Deze definitie geeft aan dat er het niet zozeer aan de cultuurverschillen ligt, die bepalen of de communicatie intercultureel is, maar aan de gesprekspartners zelf (Booijnk, 2007). Cultuur kan van invloed zijn op de interculturele communicatie, maar is niet alles bepalend volgens Booijnk (2007). De wederzijdse beeldvorming speelt hierbij een belangrijke rol. Daarnaast hebben de sociale vaardigheden van de communicatiepartners en de context waarbinnen de communicatie plaatsvindt, invloed op het proces van communicatie (Shadid, 2007).

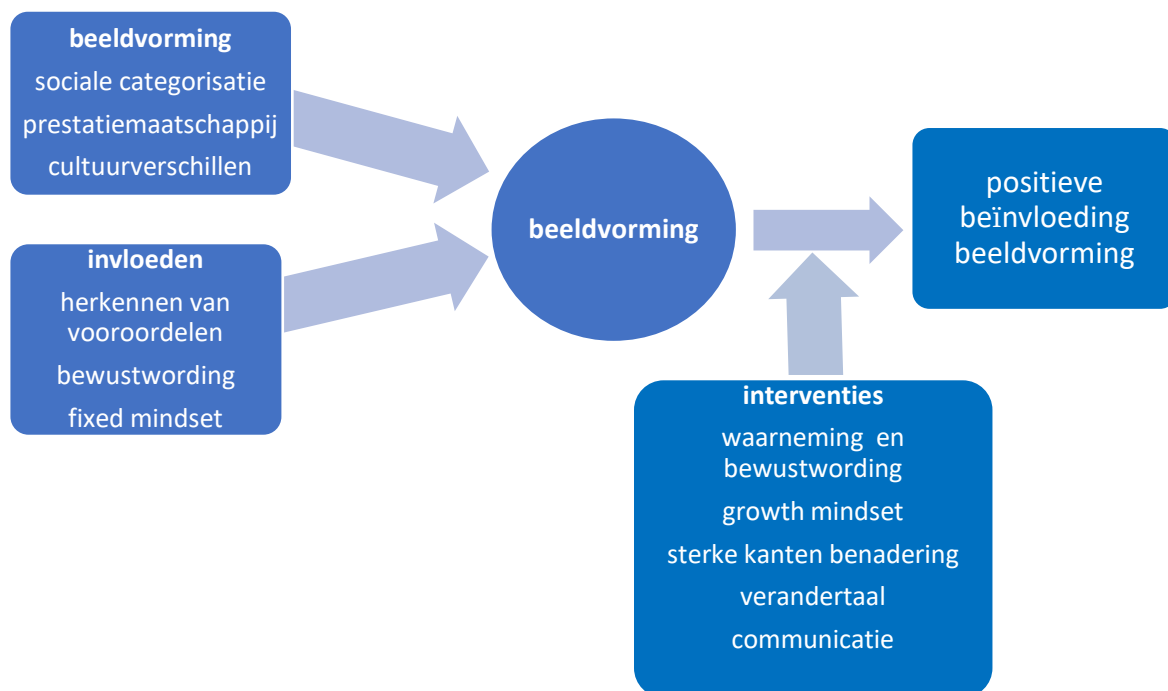
2.3.6 Het antwoord op de derde theoretische deelvraag; Welke interventies kunnen beeldvorming positief veranderen?

In het theoretisch kader zijn er vijf interventies besproken die de beeldvorming positief kunnen veranderen. De eerste interventie is waarneming en bewustwording, de tweede is growth mindset, de derde interventies is de sterke kanten benadering, de vierde is verandertaal en de vijfde interventie is communicatie. Beeldvorming kan worden veranderd door de waarneming en bewustwording te onderzoeken. In dit onderzoek kijkt men naar de factoren selectieve aandacht, selectieve waarneming en selectief onthouden in relatie tot het filteren van informatie. De informatie die men belangrijk vindt krijgt prioriteit en daar wordt aandacht aan gegeven en blijft aandacht krijgen, het overige wordt vergeten. Is men in het bezit van een growth mindset, dan is men staat om buiten het referentiekader te

kijken. Dit heeft als resultaat dat men een verschil kan ervaren tussen het gedrag op basis van vooroordelen en vanuit eigen normen en waarden niet bevooroordeeld te zijn. Beeldvorming kan tevens worden veranderd door het toepassen van verandertaal. Dat is het laten uitspreken van een gewenste toekomstige situatie waarin wordt uitgegaan van kwaliteiten en capaciteiten om een beeldvorming te kunnen veranderen. Om beeldvorming te kunnen veranderen is goedlopende communicatie nodig waarbij elkaars taal wordt gesproken en begrepen. De (eigen) interpretatie van gegeven en ontvangen informatie bepaalt mede de kern van boodschap die invloed heeft op de beeldvorming.

2.4 Conceptueel model

Om te komen tot het conceptueel model is gekeken naar welke factoren uit het theoretisch kader van belang zijn voor het begrip beeldvorming. Welke factoren kunnen goed onderzocht worden om een antwoord te kunnen geven van de hoofdvraag?



Figuur 5. Conceptueel model

2.8.1 Empirische deelvragen

1. Hoe passen de verwijzers de interventies uit het theoretisch kader toe in hun begeleiding?
2. Hoe wordt een video ontworpen om bewustwording op gang te brengen?
3. Hoe kan een workshop de bewustwording uit de video gedragsverandering op gang brengen?

Hoofdstuk 3

Methodologie

Vanuit de literatuur zijn interventies naar voren gekomen die een positieve invloed kunnen hebben op beeldvorming. In dit hoofdstuk wordt de onderzoeksmethode per deelvraag beschreven. Verder wordt het type onderzoek beschreven, de onderzoekspopulatie, het soort interview, de topiclijst, de betrouwbaarheid en de validiteit.

3.1 Onderzoeksmethode per deelvraag

Door middel van het literatuuronderzoek worden de drie theoretische deelvragen beantwoord. Deze antwoorden leveren informatie om het beroepsproduct, de video, inhoudelijke inbreng te geven. Voor een concreet beroepsproduct dienen de drie empirische vragen beantwoord te worden. Tevens moet het beroepsproduct aansluiten bij het niveau van de doelgroep, hier is informatie voor nodig (Verhoeven, 2011).

Theoretische deelvragen	Vorm van dataverzameling	Antwoord in
Wat is beeldvorming?	Literatuuronderzoek	Hoofdstuk 2
Wat beïnvloedt de beeldvorming negatief?	Literatuuronderzoek	Hoofdstuk 2
Welke interventies kunnen beeldvorming positief veranderen?	Literatuuronderzoek	Hoofdstuk 2
Empirische deelvragen		
Hoe passen de verwijzers de interventies toe uit het theoretisch kader in hun begeleiding?	Semigestructureerd interview	Hoofdstuk 4
Hoe wordt een video ontworpen om bewustwording op gang te brengen?	Literatuuronderzoek Semigestructureerd interview	Hoofdstuk 5
Hoe kan een workshop de bewustwording uit de video gedragsverandering op gang brengen?	Literatuuronderzoek Semigestructureerd interview	Hoofdstuk 6

Tabel 2. Theoretische en empirische deelvragen

3.2 Verantwoording

Er is informatie verkregen uit de literatuur over interventies die invloed kunnen hebben op een positieve beeldvorming over de mogelijkheden en kansen van leerlingen van het Bonhoeffer College PrO op de (huidige) arbeidsmarkt. Centraal staat de vraag hoe een video over het Bonhoeffer College Pro een bijdrage kan leveren aan deze positieve beeldvorming. Door middel van semi gestructureerde interviews wordt onderzocht of de verwijzers de interventies bewust of onbewust toepassen.

3.3 Type onderzoek

Het onderzoek betreft een kwalitatief onderzoek. Dit onderzoek is gericht op het krijgen van informatie met behulp van semi gestructureerde interviews. Deze interviews worden gehouden in een groepsinterview waarbij één groep tegelijk wordt geïnterviewd. Bij een groepsinterview heeft de onderzoeker de leiding, hij stelt ook de vragen, hij geeft structuur aan het gesprek en aan de informatie (Verhoeven, 2011). De groepsleden worden geselecteerd op hun functie als docent van groep acht van de verwijzende scholen. Volgens Verhoeven (2011) wordt bij een kwalitatief onderzoek niet of nauwelijks met cijfermatige gegevens gewerkt. Het onderzoek wordt in het “veld” uitgevoerd waarbij de onderzoeker geïnteresseerd is in de betekenis die onderzochte personen zelf aan situaties geven. De kwalitatieve gegevens in dit onderzoek zijn de ervaringen en belevingen van de

respondenten. Bij kwalitatief onderzoek is het verzamelen van gegevens, open en flexibel, er kan worden ingesprongen op onverwachte situaties (Maso & Smaling, 1998).

3.4. Het semigestructureerde interview

In dit onderzoek worden er semigestructureerde interviews gehouden. In een semigestructureerd interview wordt er gebruik gemaakt van een topiclijst. Bij dit type interview is er ruimte voor de eigen inbreng van de geïnterviewde. De onderzoeker stelt zich flexibel op en speelt in op de situatie (Verhoeven, 2011). De beleving van de respondent is van belang. Het voordeel van semigestructureerde interviews is dat er doorgevraagd kan worden en op deze manier komt er meer (diepgaande) informatie naar boven. Een nadeel is dat de verkregen resultaten niet statistisch zijn onderbouwd. Het gaat er niet om algemene uitspraken te kunnen doen over een bepaalde doelgroep, maar om er achter te kunnen komen wat er leeft binnen een groep. Men wil een duidelijk beeld krijgen van de gevoelens en overtuigingen.

Er is gekozen voor deze vorm van interviews, omdat er vanuit het literatuuronderzoek en uit het conceptueel model een aantal centrale onderwerpen naar voren zijn gekomen die aan de hand van een topiclijst tijdens de interviews aan bod komen (Boeije, 2008).

De doelstelling van de interviews is om te achterhalen op welke manier de verwijzers de interventies toepassen die uit het conceptueel model (topiclijst) naar voren zijn gekomen. Het doel is om tot ontwerpcriteria te komen voor de video en de workshop.

3.4.1 Topiclijst

De interviews zijn semigestructureerd, dit biedt gelegenheid voor eigen inbreng van de respondenten. Voorafgaand aan de interviews is er een topic lijst gemaakt om bij elk interview dezelfde richtlijn te aan te houden. De topics zijn gericht op de wijze waarop begeleiders de interventies toepassen en wat zij ervaren als effect bij de leerlingen. De topics sluiten aan bij het literatuuronderzoek en het conceptueel model. Om verschillende interpretaties te voorkomen worden hieronder de topics gedefinieerd. Deze definities zijn de codes waarmee de interviews zijn gecodeerd.

Interventie	Definitie
Waarneming en bewustwording	Waarneming is het (onbewust) filteren van informatie waarbij commitment aan de eigen mening en opvatting een rol speelt. Bij bewustwording gaat het erom dat men een verschil ervaart tussen het eigen gedrag en de eigen normen en waarden.
Growth mindset	Bij een growth mindset gaat men er van uit dat geen bovengrens is, dat basiskwaliteiten te ontwikkelen zijn door er moeite voor te doen. Met een growth mindset gelooft men dat mogelijkheden onbekend zijn en niet te voorspellen zijn wat men kan bereiken door hard te werken en te oefenen.
Sterke punten benadering	De kern van de sterke kanten benadering is dat niet de problemen, gebreken en tekortkomingen als vertrekpunt dienen. De basis voor verandering ligt bij persoonlijke successen, kwaliteiten en sterke kanten van mensen.
Communicatie	Communicatie is het uitwisselen van informatie/boodschappen waarbij de zender informatie geeft aan de ontvanger. Bij communicatie gaat het om effectieve en efficiënte communicatie. Er is sprake van effectieve communicatie wanneer de ontvanger de boodschap heeft begrepen zoals de zender hem heeft bedoeld. Bij efficiënte communicatie laat de ontvanger de boodschap zien waarop de zender gerekend had.
Verandertaal	Verandertaal is de taal waarmee men aangeeft dat men voorzichtig nadenkt over een andere toekomst.

Tabel 3. Interventies en definities

Vanuit het conceptueel model en het literatuuronderzoek zijn er vragen gesteld over de inventies zoals in tabel 3 gedefinieerd.

3.5 Onderzoekpopulatie

Hieronder wordt de onderzoekpopulatie beschreven.

3.5.1 Verwijzers

Er zijn drie semigestructureerde groepsinterviews gehouden met in totaal zeven verwijzers naar het Bonhoeffer College PrO. Deze verwijzers zijn werkzaam als docent in groep acht op de drie scholen van het speciaal basisonderwijs in Enschede namelijk De Tender, De Spinaker en de Ariënschool. Ieder interview is een groepsinterview omdat er één groep tegelijk wordt geïnterviewd (Verhoeven, 2011).

Ariënschool Enschede 16 mei 2018 12.30 uur	
Respondent 1	16 jaar werkzaam in het speciaal basisonderwijs
Respondent 2	39 jaar werkzaam in het speciaal basisonderwijs 3 jaar ervaring in het regulier basisonderwijs

De Spinaker Enschede 16 mei 2018 13.30 uur	
Respondent 1	25 jaar werkzaam in het speciaal basisonderwijs
Respondent 2	17 jaar werkzaam in het speciaal basisonderwijs
Respondent 3	5 jaar werkzaam in het speciaal basisonderwijs 3 jaar ervaring in het regulier basisonderwijs

De Tender Enschede 29 mei 2018 15.15 uur	
Respondent 1	17 jaar werkzaam in het speciaal basisonderwijs
Respondent 2	40 jaar werkzaam in het speciaal basisonderwijs

Tabel 4. Verwijzers

De verwijzers zijn persoonlijk benaderd door de onderzoeker tijdens een bezoek aan het Bonhoeffer College PrO, dit bezoek vond plaats in het kader van een kennismaking-kijkochtend voor leerlingen uit groep acht met het Praktijkonderwijs. Deze kijkochtend is een onderdeel van de externe communicatie van het Bonhoeffer College PrO naar de verwijzers en (eventuele) toekomstige leerlingen. Na een korte introductie over het doel van het onderzoek zijn er emailadressen uitgewisseld voor het maken van een afspraak voor een interview op de locatie van het speciaal basisonderwijs.

De interviews met de verwijzers zijn opgenomen met een spraakrecorder. De afgenomen interviews zijn vervolgens letterlijk uitgeschreven en aan deze interviews zijn codes gehangen. De codes zijn de definities van de topics, beschreven in paragraaf 3.4.1. Elk interview wordt doorgenomen waarbij de citaten zijn gemerkt die overeenkomen met de topics. Dit leidt tot de ontwerpcriteria voor de selectie van de fragmenten voor de video. De interviews zijn terug te vinden in de bijlage.

3.6 Ontwerp workshop

Voor de informatieavond wordt er een workshop ontworpen. Voor de workshop wordt gekeken naar de criteria die hebben geleid tot de selectie voor de video. De fragmenten in de video en de workshop zijn illustratief voor het doel om een gedragsverandering te bewerkstelligen. De onderbouwing en uitwerking voor de workshop staan beschreven in de hoofdstukken 5 en 6.

3.7 Validiteit en betrouwbaarheid

Om de kwaliteit en de bruikbaarheid van een onderzoek te kunnen toetsen zijn er twee belangrijke criteria, namelijk de validiteit en de betrouwbaarheid. Met behulp van deze twee begrippen kan er worden gekeken naar de twee soorten fouten die kunnen gebeuren in een onderzoek (Boeije et al., 2009).

Met validiteit wordt de mate bedoeld waarin systematische fouten worden gemaakt, er wordt gekeken naar de geldigheid ofwel de zuiverheid van een onderzoek. Bij betrouwbaarheid wordt er gekeken in hoeverre in een onderzoek toevallige fouten zich voordoen. Een eis voor het onderzoeken van de betrouwbaarheid is dat een onderzoek herhaald kan worden, anders kan men niet de betrouwbaarheid toetsen.

In dit onderzoek worden in de drie groepsinterviews telkens dezelfde vragen gesteld om de validiteit te waarborgen. Vervolgens worden deze interviews getranscribeerd en gecodeerd volgens de topiclijst om de validiteit verder te waarborgen.

De betrouwbaarheid van dit onderzoek is gewaarborgd door te kijken naar de steekproefomvang (Verhoeven, 2011). De omvang van de steekproef is niet breed, hiervoor is gekozen vanwege de beschikbare tijd voor het onderzoek. Daarom is er gekozen om zeven verwijzers van de drie basisscholen voor speciaal onderwijs in Enschede te interviewen, zij zijn illustratief voor de steekproef. Dit resulteert in drie groepsinterviews vastgelegd op geluid. Het onderzoek betreft een kwalitatief onderzoek, waarin de beleving van de respondenten centraal staat en niet het meten van een begrip of instrument.

Hoofdstuk 4

Resultaten interviews

In dit hoofdstuk worden de resultaten gepresenteerd uit de interviews met de verwijzers. Hier wordt beschreven hoe de interventies uit het theoretisch kader worden toegepast en worden ervaren door de verwijzers. Vanuit deze interviews zijn er voorbeelden van interventies geselecteerd voor de video en voor de handleiding van de workshop. In dit hoofdstuk wordt tevens antwoord gegeven op de eerste empirische deelvraag; Hoe passen de verwijzers de interventies toe uit het theoretisch kader in hun begeleiding?

4.1 Resultaten interviews verwijzers

Zoals eerder beschreven zijn er vanuit de literatuur interventies naar voren gekomen die de beeldvorming kunnen beïnvloeden/veranderen. Deze interventies zijn waarneming en bewustwording, growth mindset, sterke kanten benadering, verandertaal en communicatie. Hieronder wordt per interventie de resultaten beschreven uit de afgenomen interviews met de verwijzers en in hoeverre zij de interventies toepassen en ervaren.

4.1.1 Waarneming en bewustwording, herkennen van vooroordelen

In de interviews geven zes van de zeven verwijzers aan dat zij weerstand ervaren bij ouders over het Praktijkonderwijs. Eén verwijzer gaf aan ernstige weerstand bij de ouders te ervaren. Tevens geven alle verwijzers aan dat zij vooroordelen herkennen bij de ouders. Deze vooroordelen gaan over de toekomst van hun kind omdat ze geen diploma krijgen van het Praktijkonderwijs, stigmatisering en niet-acceptatie van de omgeving. De verwijzers ervaren dat ouders het beste willen voor hun kind. De ouders zijn bang voor de toekomst van hun kind mede door de druk van de prestatie maatschappij, dat hun kinderen niet aan de verwachtingen van de prestatie maatschappij kunnen voldoen. Uit de interviews met verwijzers komt naar voren dat ouders die zelf Praktijkonderwijs hebben gevolgd of meerdere kinderen hebben die Praktijkonderwijs hebben gevolgd makkelijker accepteren dat hun kinderen Praktijkonderwijs volgen. De verwijzers geven aan dat ook deze ouders thuis toch proberen om hun kinderen op een hoger niveau te krijgen. De verwijzers ervaren ook dat ouders projecteren zich soms heel erg op hun kind dat ze het niet goed hebben gedaan. Of kinderen worden vergeleken met hun broers en zussen die een beter cognitief vermogen hebben, waardoor ouders verwachten dat hun kinderen op het hetzelfde niveau onderwijs kunnen volgen.

Negatieve waarneming en bewustwording, het herkennen van vooroordelen	Citaten
Citaat verwijzer over ouders met een allochtone achtergrond	<i>“Het is, denk ik, een stukje cultuur misschien. Dat in die cultuur ook nog wat meer taboe is om, een kind wat op het SBO zit, of wat moeilijker leert, of misschien ergens het moeilijk mee heeft, dat kunnen ouders moeilijker accepteren.”</i>
Citaat verwijzer over ouders die een vooroordeel hebben over de DCW (Dienst Complementaire Werkvoorziening)	<i>“En dat is ontzettend stigmatiserend, want daar werken alleen maar debielen bij DCW.”</i>
Citaat verwijzer	<i>“Ik denk dat de ouders altijd een bepaalde verwachting hebben van hun kinderen. Dat is de maatschappij, het moet allemaal beter, het moet allemaal hoger en het moet allemaal sneller, het moet allemaal. Dus hoe hoger, hoe beter. Ze staan niet te trappelen om hier naartoe te gaan, en dat blijft, ik denk dat er iets maatschappelijks moet veranderen”.</i>
Positieve waarneming en bewustwording	Citaten
Citaat verwijzer over de informatie/kijkochtend	<i>“Als wij met de klas op bezoek gaan, dat ook ouders mee gaan. En ja, en dat zij zien hoe die kinderen daar lekker bezig zijn, dat is het stigma eraf, ook bij ouders.”</i>
Citaat verwijzer	<i>“Sommige ouders die zien al, op het moment, dat hun kinderen naar een SBO school (speciaal basisonderwijs) gaan, dan weten ze al dat hun kinderen cognitieve achterstanden hebben. En in de loop der jaren krijgen ze al ook tijdens gesprekken wel mee, dat het niveau natuurlijk een bepaald niveau is, dus is het geen verrassing meer dat het advies Praktijkonderwijs is.”</i>
Citaat verwijzer	<i>“En vaak zien ouders ook wel dat hun kinderen vaak veel handiger zijn met het praktijkding, daar veel enthousiaster over zijn dan een toets Engels wat hij met moeite in zijn hoofd krijgt. En als je dat inzicht bij ouders kunt geven, van laten zien, wat het nut is van het Praktijkonderwijs dan zie ik wel dat ouders bijdraaien. En dat ze een beeld hebben van ja, dat past ook wel bij mijn kind.”</i>

Tabel 5. Citaten van waarneming en bewustwording

4.1.2 Growth mindset

Uit de interviews met de verwijzers komt naar voren dat ze allemaal vanuit kansen denken en dat de leerlingen worden gestimuleerd om te kijken naar hun manier van werken en welk resultaat dat oplevert. Ze gebruiken deze gesprekstechniek als opstap voor verdere doelen. Eén verwijzer geeft aan dat leerlingen bij een uitdaging vooraf denken dat ze het niet gaan halen, maar toch de uitdaging uitgaan. Bij het behalen van die uitdaging komt er een glimlach op hun gezicht en gaan ze groeien, geeft de verwijzer aan.

Growth mindset	Citaten
Citaat verwijzer	<i>“Dus we hebben een leerling portfolio en die dan elke keer kijkt van nou, wat wil je, wat heb je nu gedaan en wat vond je nog moeilijk en waar ga je de volgende keer op letten. Dus dat ze op die manier ook leren reflecteren op hun eigen werk en doelen stellen.”</i>
Citaat verwijzer over leerlingen	<i>“Dat ze denken dat ze iets moeilijk vinden. En dat ze het toch kunnen. Dus iets zoeken waarvan het kind eigenlijk tegenop kijkt. Maar wat hij uiteindelijk wel kan.”</i>

Tabel 6. Citaten Growth mindset

4.1.3 Sterke kanten benadering

De sterke kanten benadering is een benadering die alle verwijzers kennen en toepassen in de klas en individueel naar leerlingen toe. Uit de interviews komt naar voren dat vijf verwijzers de sterke kanten benadering toepassen onder de naam Positive Behavior Support (PBS). Twee verwijzers passen, behalve het PBS, ook het themaleren toe tijdens de lessen. Twee verwijzers passen de sterke kanten benadering toe via ontwerpend en onderzoekend leren, dit staat nog in de kinderschoenen.

Het PBS maakt hen bewust van de manier waarop ze communiceren naar de leerlingen toe en hoe zij het positieve als uitgangspunt nemen. Themaleren is tevens een methode die twee verwijzende scholen inzetten in de dagelijkse lessen in combinatie met Meervoudige intelligentie. Uitgaande van de persoonlijke talenten en kwaliteiten worden leerlingen gemotiveerd vragen tijdens themaleren te beantwoorden of opdrachten te maken.

Sterke kanten benadering	Citaten
Citaat verwijzer	<i>“Wij zijn ons er wel bewust van de manier waarop je dingen verwoordt naar kinderen toe, kleine dingen al, van hoe je de regels brengt en dat je het goede bedrag benoemt en meer complimentjes uitdeelt dan correcties geeft.”</i>
Citaat verwijzer	<i>“En uitdagingen geven waarbij het niet mogelijk is om te mislukken. Maar dat ze het altijd halen. Maar dat ze van te voren denken, dat kan ik niet hoor, dat is moeilijk. En dat ze het dan toch halen. En dan zie je die glimlach op het gezicht.”</i>

Tabel 7. Citaten Sterke kanten benadering

4.1.4 Verandertaal

In de interviews geven alle verwijzers aan dat het bezoeken van de open dag en de kennismakingsochtend een positieve invloed heeft op de manier waarop men kijkt naar het Praktijkonderwijs, zowel voor ouders en leerlingen van de verwijzende scholen. Het laten zien wat de mogelijkheden zijn op het Praktijkonderwijs werkt blijkbaar op dezelfde manier dan in een gesprek om verandertaal op te wekken waarin men aangeeft voorzichtig na te denken over een andere toekomst. Verandertaal wordt niet opgewekt door de verwijzers door mondelinge communicatie blijkt uit de interviews met de verwijzers.

Verandertaal	Citaat
Citaat verwijzer	<i>“Want die kinderen die staan een beetje gebukt vanaf het moment dat ze het voorlopig advies van Praktijkonderwijs hebben gekregen. O, wat zou de rest wel niet denken? En dan zijn we er geweest en dan is het door iedereen, o wat een leuke school. Ga jij daarheen? O, leuke school! En die zie je die kinderen weer een beetje rechte rug krijgen van goddank, het is geaccepteerd dat ik daarheen ga”.</i>

Tabel 8. Citaat Verandertaal

4.1.5 Communicatie

In de interviews geven alle zeven verwijzers aan dat een open, duidelijke en eerlijke communicatie een belangrijk onderdeel is tussen scholen, ouders en leerlingen.

Uit de interviews met de verwijzers komt naar voren dat allen het belangrijk vinden om feitelijke informatie te geven waardoor er reële verwachtingen ontstaan voor de leerlingen en zijn toekomst. Goede en volledige communicatie kan vooroordelen wegnemen en/of voorkomen dat er een onjuist beeld gevormd wordt. Het is belangrijk om al op de basisschool ouders duidelijk te informeren hoe het Nederlandse onderwijssysteem werkt, vooral voor ouders van allochtone afkomst geven twee verwijzers nadrukkelijk aan.

Communicatie	Citaten
Citaat verwijzer over oudergesprekken in de bovenbouw	<i>“ We bereiden ze eigenlijk al voor in groep 6. Dus dan begint het al met een pre-advies. Dan weten de ouders al wordt het praktijk of waarschijnlijk schakelklas. Maar dan wordt het al voorbesproken. Dus in groep 7 wordt dat nog weer herhaald. En dan ook bijgesteld als dat nodig is, natuurlijk. en dan wordt het begin groep 8 nog een keer verteld, tot we in februari echt het definitieve advies geven.”</i>
Citaat verwijzer over ouders met een allochtone achtergrond	<i>“En waar ze vandaan komen, was het alweer anders. In Libanon is het onderwijs en in Syrië heel anders dan in Nederland. Dus dat is heel belangrijk, meteen helderheid scheppen over hoe het werkt in het onderwijs. Maar dat je geen onreële of irreële verwachtingen schept. Helder en concreet zijn.”</i>

Tabel 9. Citaten Communicatie

4.2 Antwoord op de empirische deelvraag 1; Hoe passen de verwijzers de interventies toe uit het theoretisch kader in hun begeleiding?”

De verwijzers passen de interventies toe voornamelijk door duidelijk en vanuit feiten te communiceren, op een manier die aansluit bij de achtergrond en cognitieve vermogens van de leerlingen en de ouders van hun leerlingen. Ze denken tevens vanuit kansen en reële mogelijkheden, vanuit de sterke kanten benadering en een growth mindset. De verwijzers zijn zich bewust van de vooroordelen die er zijn over het Praktijkonderwijs en over de mogelijkheden na het Praktijkonderwijs. Zij erkennen deze vooroordelen maar laten zich niet leiden door deze vooroordelen en geven aan dat het een maatschappelijk probleem is.

Hoofdstuk 5

Ontwerp van de video

In dit hoofdstuk wordt het ontwerp beschreven voor het beroepsproduct, een video. Hieronder wordt beschreven welke stappen in de video verwerkt worden, vanuit de literatuur, om bewustwording op gang te brengen. Tevens worden in dit hoofdstuk fragmenten uit de video beschreven die aansluiten op de literatuur over positieve beeldvorming. In dit hoofdstuk wordt tevens antwoord gegeven op de tweede empirische vraag; Hoe wordt een video ontworpen om bewustwording op gang te brengen?

5.1 Het middel video

De opdrachtgever heeft de opdracht gegeven tot het ontwerpen van een video die een bijdrage kan worden leveren aan een positieve beeldvorming over Bonhoeffer College PrO. Om een positief beeld te kunnen vormen dient men bewust te zijn welk beeld, welke mening men heeft over een onderwerp. Uit onderzoek van Fortkamp (2005) is gebleken dat een video een goed instrument is om de doelgroep een mening te laten vormen. Na het kijken van de video kan deze mening worden gedeeld met anderen. De doelgroep dient te worden aangemoedigd door de video zodat zij kunnen reflecteren in hoeverre zij met het thema bezig zijn. Uit onderzoek van de Bruin et al. (2013) blijkt dat wanneer mensen op een keuzemoment in een veranderingsproces aangemoedigd worden, dit positief werkt bij het overgaan tot actie. Interactieve technologie, als een video, moedigt de doelgroep aan op een interactieve manier.

De opdrachtgever voor deze video is het Bonhoeffer College PrO, volgens de literatuur is de video is dan een opdrachtfilm. Om een opdrachtfilm te kunnen maken is het belangrijk dat er een scenario, een plan, wordt geschreven (Schricks, 2018).

Volgens Schricks (2018) is het schrijven van een scenario voor een opdrachtfilm wanneer de maker niet van eigen schoonheidsstreven uitgaat maar probeert om met een filmisch product bij de doelgroep een bepaalde doelstelling te realiseren. Ook het binden van kijkers, in welke mate slaagt de video erin om de kijkers voor langere tijd gebonden te laten kijken is een belangrijke maatstaf. De mate van kijkersbinding wordt voor een deel al in de scenariofase bepaald. Tevens is het belangrijk om feitelijke informatie in de video te tonen (Schricks, 2018). De opdracht van de opdrachtgever was om de video niet langer te laten duren dan vijf tot acht minuten, dit om de aandacht van de doelgroep vast te houden. Uit persoonlijke ervaring van de opdrachtgever weet hij dat de ouders van het Bonhoeffer College PrO moeite hebben om langer geconcentreerd te kunnen kijken.

5.2 Het ontwerpen van een video

Voor het ontwerpen van deze video is uitgegaan van een klassiek marketingmodel, het AIDA-model. Het AIDA model is een model dat veel wordt gebruikt in o.a. de reclame. Het model beschrijft welke vier stappen gezet moeten worden om de doelgroep te motiveren tot actie. In de volgende paragrafen worden de vier onderdelen beschreven. AIDA staat voor **A**ttention, **I**nterest, **D**esire en **A**ction (St. Elmo Lewis, 1908).

5.2.1 Attention

Belangrijk is het om de attention, de aandacht, te trekken van de kijker. In dit onderzoek is een doel van de video om bewustwording op gang te brengen. Volgens Sieger, Germer & Olendzi (2009) is bewustwording een proces waarbij interne en externe stimulans wordt aangemoedigd zonder oordeel. Deze aanmoediging kan gecreëerd worden door de bijv. de inhoud of een opvallend shot. Dit kan ook iets gekks zijn of door iets onverwachts. Het komt neer op beleving, een manier waarop men iets ervaart of interpreteert (vandale.nl, 2018). Iemand kan een beleving ervaren tijdens het zien van en kijken naar een video. Dit kan doordat de kijker zich identificeert met de mensen die in de video voorkomen. In deze video zijn dat de leerlingen en docenten en de leslocatie van het Bonhoeffer College PrO. Deze leerlingen kunnen worden gezien als kinderen van ouders, leerlingen van docenten, stagiaires/werknemers van werkgevers en/of als oud leerlingen van verwijzende scholen. Het kan ook zijn dat het een onderwerp is dat de kijker interesseert. Deze beleving kan leiden tot een bepaalde emotie/ervaring waardoor de kijker getriggerd wordt om te blijven kijken (bedrijfsbeeld.nl, 2018). In dit onderzoek wordt gebruikt gemaakt van een triggervideo. Volgens Fortkamp (2007) is een triggervideo een video waarin een presentatie wordt gegeven van de probleemsituatie in het kader van het Bonhoeffer College PrO wat aanleiding geeft tot discussie.

5.2.2 Interest

Interest, belangstelling is het tweede stap in het AIDA model. Het doel is om de kijker te wijzen op de positieve onderdelen van een product of een merk. In dit onderzoek is dat het Bonhoeffer College PrO en haar leerlingen die uitstromen naar de arbeidsmarkt. De kijker dient geïnteresseerd te raken, het moet hem duidelijk gemaakt worden waarom hij deze video moet bekijken. Hierin is belangrijk om de kijker persoonlijk aan te spreken en nieuwsgierig te maken. Een voordeel van een video is dat het kan bijdragen aan een gevoel van persoonlijke benadering voor de kijker. Uit onderzoek van Saricam en Sahin (2015) is gebleken dat nieuwsgierigheid het bewustzijn groter maakt. Nieuwsgierigheid is volgens Litman & Silvia (2006) het verlangen naar nieuwe informatie en ervaringen. Confrontatie is ook een middel om bewustwording op gang te brengen. Door de kijker te confronteren met de werkelijkheid kan er bewustwording worden gecreëerd (Felten, 2016). De kijker die wordt geconfronteerd met de werkelijkheid kan zich ongemakkelijk gaan voelen. Ze ervaren cognitieve dissonantie, het onplezierige tegenstrijdige gevoel tussen hun opvattingen of tussen een eigen opvatting en eigen gedrag (Festinger, 1957). Wanneer de kijker positief reageert op het veranderen van zijn eigen gedrag ontstaat er sneller bewustwording wat uiteindelijk een groter resultaat opbrengt (Felten, 2016).

De doelgroep waarvoor het beroepsproduct wordt gemaakt heeft vooraf een oordeel over het onderwerp, "het beeld over het Bonhoeffer College PrO". Een doel van de video is de doelgroep te confronteren met het onderwerp zodat zij zich realiseren welk beeld zij hebben over het Bonhoeffer College PrO (Felten, 2016).

5.2.3 Desire

De derde stap is verlangen, desire. In deze stap wordt de interesse omgezet naar een verlangen of voorkeur bij de kijker door een aantal verrassende elementen voor de kijker in de video te plaatsen waarmee hij verrast wordt of "gebonden" blijft (Schricks, 2018).

Emotie kan een beïnvloedende factor zijn wat de afstand wegneemt bij het kijken en kan ervoor zorgen dat de kijker zich echt betrokken kan voelen bij het onderwerp. Emotie is een gevoel en gevoel is een belangrijke factor in het menselijke gedrag (Damasio, 1994). Positieve en negatieve gevoelens die de kijker kan ervaren kunnen de cognitie, de motivatie en het gedrag beïnvloeden. In de (sociaal)psychologische literatuur wordt gevoel gebruikt als algehele term voor emoties en stemmingen (Klep, 2010).

5.2.4 Action

Actie is de laatste tap van het AIDA model. Tijdens deze stap is het de bedoeling dat de kijker in beweging komt door de afsluiting van de video. Dat dient iets te zijn wat kijker aanzet tot een bepaalde handeling of gedragsverandering (Schricks, 2018). In dit onderzoek gaat het om bewustwording op gang te brengen. De video gaat vertoond worden op een informatieavond voor ouders, werkgevers en stagebedrijven en verwijzende scholen. Zij komen uit eigen initiatief naar deze informatieavond en zijn dus intrinsiek gemotiveerd. Motivatie kan leiden tot reflectie op het eigen gedrag wat weer invloed heeft op het bewust worden. Dit houdt in dat er bij een confrontatie herkenbare patronen zichtbaar moeten zijn waarop de kijker kan reflecteren.

Reflecteren betekent dat men zichzelf een spiegel kan voorhouden om zo stil te staan bij het eigen gedrag, vaardigheden, competenties en kwaliteiten (Louwers-Janssen, 2014).

5.3 Het beroepsproduct, de video

Na het maken van de opnames zijn de opnames gemonteerd tot een video van ruim dertien minuten. Deze video is samen met de opdrachtgever bekeken met een kritische blik.

Om de duur van de video terug te brengen naar de vereiste vijf tot acht minuten betekent dat er een selectie moet worden gemaakt uit de gemaakte opnames.

De gemaakte opnames zijn getoetst aan een aantal criteria:

- ze zijn geselecteerd op de vijf interventies die bijdragen aan een positieve beeldvorming te weten; waarneming en bewustwording, growth mindset, sterke kanten benadering, verandertaal. De vijfde interventie, communicatie, is de basis van de interventies in de video. Feitelijk en duidelijke communicatie versterkt de interventies.
- ze geven feitelijke informatie die kan bijdragen aan een positieve beeldvorming
- de opnames zijn toepast via het stappenplan naar aanleiding van het AIDA model.

De video is inhoudelijk verdeeld in drie delen, inleiding, kern en slot. In de onderstaande paragrafen wordt per deel de video inhoudelijk beschreven en verantwoord.

5.3.1 Inleiding

De video start met een stilstaand beeld van het Bonhoeffer College PrO aan de Vlierstraat, dit beeld is de introductie van de locatie, een kennismaking met de locatie waar de leerlingen hun lessen volgen. In de daaropvolgende opnames worden de diverse praktijksectoren voorgesteld namelijk; zorg, horeca en welzijn, economie, techniek, groen en infra. In deze sectoren worden de leerlingen voorbereid op de arbeidsmarkt in het Praktijkonderwijs. De doelgroep ziet o.a. gereedschap in het technieklokaal en keukengerei in de horecakeuken. Door het duidelijk laten zien van het gereedschap dat wordt gebruikt tijdens de praktijklessen wordt het voor de doelgroep visueel duidelijk waar leerlingen mee werken en voor welke sectoren wordt opgeleid.

Op de achtergrond hoort men “School” van Supertramp (1974). Het intro met de mondharmonica kan de aandacht trekken (attention) van de kijker. De mondharmonica is een niet alledaags instrument, het kan indruk maken door het geluid en de melodie en is daardoor een aandachtstrekker waardoor doelgroep getriggerd en aangemoedigd kan worden om te gaan kijken.

5.3.2 Kern

De kern begint met een interview met de zorg coördinator. In zijn functie doet hij de intakes met eventuele toekomstige leerlingen en hun ouders en geeft hij rondleidingen. Hij hoort uit eerste hand hoe ouders en leerlingen denken, voelen over het Bonhoeffer College Pro en over het Praktijkonderwijs in het algemeen.

In de video bij min. 1.10-1.20 vertelt hij over het negatieve beeld wat ouders zelf hebben over het Praktijkonderwijs. Dit is een voorbeeld van waarneming.

In de video bij min. 1.55-2.07 geeft de zorg coördinator een citaat van ouders die met eigen ogen zien wat het Praktijkonderwijs inhoudt nadat zij een rondleiding hebben gehad aan de Vlierstraat. In deze scène wordt een voorbeeld van verandertaal gegeven.

Vervolgens vertelt de teamleider onderbouw, over het lesprogramma in de onderbouw. Hij legt uit dat het IOP (Individuele Ontwikkelings Plan) de basis is voor de ontwikkeling van de leerling. In de video bij min. 3.59-4.07 vertelt de teamleider onderbouw dat talenten en kwaliteiten het uitgangspunt zijn voor de sectorkeuze waarin de leerling zich wil en kan ontwikkelen onder begeleiding van de mentor en het stageteam. Dit zijn voorbeelden van de sterke kanten benadering.

Tevens stellen twee leerlingen, Emmy en Kerim zich voor op hun werkplek in de kern van de video. Zij vertellen over hoe ze zijn begonnen met stages, hoe ze zijn begeleidt door het stageteam en hoe ze door hun begeleiders worden begeleid op hun huidige werkplek. In de video bij min. 5.37-5.48 vertelt de begeleidster van Emmy, over hoe zij werkt vanuit een growth mindset.

De kern van de video is om de kijker te wijzen op de positieve onderdelen. De doelgroep dient geïnteresseerd (interest) te raken en het belang inzien om deze video te blijven kijken.

Aan het eind van de kern vertellen Emmy en Kerim over hun toekomstwensen. De toekomstwens van Kerim kan als een verrassing worden beschouwd waardoor de kijker blijft kijken (desire). De persoonlijke verhalen van en rondom Emmy en Kerim kunnen afstand wegnemen bij de doelgroep waardoor er betrokkenheid ontstaat bij het onderwerp, de leerlingen van het Bonhoeffer College PrO en de beeldvorming over de kansen en mogelijkheden op de (huidige) arbeidsmarkt.

5.3.3 Slot

De afsluiting van de video kan de doelgroep motiveren (action), een reden te geven om een positief beeld te gaan vormen over de kansen en mogelijkheden van leerlingen, zonder diploma, op de (huidige) arbeidsmarkt. Op de achtergrond zingt David Bowie met het nummer "Heroes" (1977). Een veelzeggende regel uit het nummer is; "We can be heroes, just for one day" (songteksten.nl). De emotie in de stem van David Bowie kan een gevoel geven aan de doelgroep dat de leerlingen van het Bonhoeffer College PrO helden kunnen zijn, al hebben ze dan geen diploma.

5.4 Antwoord op de tweede empirische deelvraag; Hoe wordt een video ontworpen om bewustwording op gang te brengen?

In dit beroepsproduct zijn de vier stappen van het AIDA model verwerkt om bewustwording op gang te brengen. De vier stappen zijn om de aandacht van de kijker te krijgen en te behouden, de interesse van de kijker, het verlangen van de kijker en het in beweging komen van de kijker. Het eind van de video wordt open gehouden om de kijker zelf te laten nadenken over wat hij heeft gezien, dit bevordert de nieuwsgierigheid van de kijker (Kashan, 2009).

Hoofdstuk 6

Aanleiding en handleiding workshop

In het eerste gedeelte van dit hoofdstuk wordt beschreven, vanuit de literatuur, hoe een gedragsverandering op gang wordt gebracht. Hiervoor zijn twee theoretische modellen vergeleken. In het tweede gedeelte van dit hoofdstuk wordt de aanleiding voor de workshop beschreven en de theoretische onderbouwing voor de workshop tijdens de informatieavond. Dit hoofdstuk is tevens het antwoord op de derde empirische deelvraag; Hoe kan een workshop de bewustwording uit de video een gedragsverandering op gang brengen?

6.1 Modellen gedragsverandering

Om een positieve aanzet tot gedragsverandering op gang te brengen tijdens de informatieavond zijn twee theoretische modellen over tot stand komen van gedrag met elkaar vergeleken namelijk; het ASE model en het I-Change-model (de Vries, 2005). Deze twee modellen zijn bruikbaar waarbij het I-Change model het meest compleet is. Beide modellen staan respectievelijk in bijlage 1 en 2.

Het I-Change model is completer en geeft een overzicht wat er bij een bewuste gedragsverandering komt kijken, waarbij de onderdelen van het ASE-model in het I-Change model terug te vinden zijn.

In het I-Change Model is te zien dat het verder om gedragsfactoren, psychologische factoren, biologische factoren en sociaal culturele factoren gaat. Met het grootste gedeelte van deze factoren kan men alleen maar rekening houden, vaak zijn ze niet te beïnvloeden.

6.1.1 Het I-Change model

Vanwege de doelstelling van dit onderzoek is gekozen om de blokken bewustzijn en informatie van het I-Change model uit te lichten. Bewustzijn en informatie spelen een belangrijke rol in het opgeleverde beroepsproduct en in dit onderzoek.

In de doelstelling van dit onderzoek staat beschreven dat het negatieve beeld dat heerst een positieve omwenteling te geven. Om deze positieve omwenteling op gang te kunnen brengen dient men bewustwording te creëren. Om bewust te kunnen worden heeft men informatie nodig. Deze informatie moet de doelgroep bereiken, want over het algemeen gaat men niet op zoek naar informatie. De kern van de informatie, de boodschap, dient inhoudelijk op de belevingswereld van de doelgroep aan te sluiten en dient ook afkomstig te zijn van een persoon (bron) van men iets wil aannemen. Belangrijk is via welk medium, (informatiekanaal) een boodschap wordt uitgezonden. In dit onderzoek is gekozen voor beeldmateriaal met behulp van video.

6.2 Theoretische onderbouwing workshop

Het hoofddoel van de workshop is om bij de doelgroep tijdens de informatieavond een aanzet tot gedragsverandering op gang te brengen door de bewustwording uit de video. Een hoofddoel is een algemene beschrijving van de kwalificaties die een cursist met behulp van een opleiding of een cursus kan verkrijgen (Kessels en Smit, 2007).

Om erachter te komen of hoofddoelen behaald zijn is het belangrijk dat de bedoelde leerresultaten vastgelegd zijn. Dit vastleggen gebeurt in de vorm van leerdoelen.

eerdoelen zijn een concreet, duidelijk en eenduidig geformuleerde omschrijving van het gewenste gedrag dat een cursist moet kunnen vertonen als bewijs dat het beoogde leerresultaat is bereikt (Kessels en Smit, 2007). Mager (1962) stelt de volgende eisen aan een goed geformuleerd leerdoel:

- het bevat een waarneembaar eindgedrag.
- het geeft voorwaarden waaronder dat gedrag vertoond dient te worden.
- het heeft een beoordelingsmaatstaf waarmee men kan bepalen of de cursist het beoogde leerresultaat in voldoende mate heeft bereikt.

Toegepast op genoemde workshop is:

- Het leerdoel: De doelgroep is in staat om na de gevolgde workshop op eigen initiatief en vanuit een growth mindset een positieve gedragsverandering in gang te zetten.
- Waarneembaar gedrag: De doelgroep is positief over de leerlingen van en over het Bonhoeffer College PrO.
- Voorwaarden: Willekeurige gesprekken, in mondelinge en schriftelijke communicatie en lichaamstaal.
- Beoordelingsmaatstaf: De doelgroep kan in diverse manieren van communicatie laten zien dat hij een positief beeld heeft van de leerlingen en over het Praktijkonderwijs.

6.3 De informatieavond

De video kan vertoond worden op een informatieavond voor ouders van leerlingen, verwijzers, docenten van het Bonhoeffer College PrO, werkgevers en stagebedrijven. De genodigden worden ontvangen en welkom geheten door de leerlingen van het Bonhoeffer College PrO. Tevens is er koffie/thee met een petit-four, gemaakt en geserveerd door de leerlingen uit de horecasector. De inzet van leerlingen tijdens de informatieavond heeft als doel om bij de doelgroep te benadrukken dat het om de leerlingen gaat in de video en de mini-workshop. De leerlingen zijn de hoofdrolspelers in de video en zij hebben een growth mindset nodig van hun naaste omgeving, hun ouders.

Na de ontvangst begint de avond met een introductie door de locatiedirecteur van het Bonhoeffer College PrO. Na zijn introductie wordt de video vertoond waarna de gastspreken wordt aangekondigd. Deze gastspreker komt uit het bedrijvennetwerk van het Bonhoeffer College PrO en heeft dus ervaring met werken met leerlingen uit het Praktijkonderwijs. Hij zal in zijn verhaal terugkomen op een aantal scènes uit de video en uitleg geven over de workshop die volgt op zijn verhaal.

De mini-workshop is voor alle aanwezigen, een mindset bingo over de taal van growth mindsets (Hymer en Gershon, 2014). Vooraf is er een korte uitleg over de mindsets, fixed en growth. Deze workshop is een middel om de aanwezigen aan het denken te zetten over de taal van growth mindset.

Alle aanwezigen krijgen een vel papier met negen hokjes. Dan worden er de volgende woorden op het scherm geprojecteerd; inzet, uitdaging, doorzettingsvermogen, denken, leren, feedback, brein, beslissingen, growth (groei), fixed (vast), mindset, fouten, mislukking, vallen en opstaan, verhalen, reflectie en verandering.

De aanwezigen kiezen negen woorden die volgens hen bij een growth mindset horen. Zij schrijven deze woorden op een willekeurige plek op het vel papier. Nadat iedereen de vakjes heeft ingevuld worden de definities van de woorden voorgelezen. Als een aanwezige de definitie van één van zijn woorden hoort, zet hij een kruis door het betreffende hokje. Zo wordt de mindset bingo gespeeld. Na het voorlezen van de laatste definitie wordt er gelegenheid gegeven om de aanwezigen de vakjes te laten controleren op de juiste woorden.

Deze oefening is gekozen omdat deze oefening zeer geschikt is om een groep te laten samenwerken en een growth mindset kan creëren (Gershon & Hymer, 2014).

Na het vertonen van de video en de mini-workshop wordt er een discussie op gang gebracht. Deze discussie staat onder leiding van een teamleider van het Bonhoeffer College PrO. De aanwezigen krijgen dan de gelegenheid om “klassikaal” gedachtes en/of meningen uit te spreken aan de hand wat zij gezien en ervaren hebben in de video en tijdens de mindset bingo. In deze discussie kunnen gevoelens over de video en de mindset bingo worden gedeeld. Wanneer mensen gevoelens met elkaar delen, kunnen ze een collectief gevoel vormen, dit noemt ook wel groepsaffect of groepsemotie genoemd. Volgens Kelly & Barsade (2001) zijn er twee wegen te onderscheiden die leiden tot groepsemoties. Aan de ene kant kan er een groepsemotie ontstaan doordat leden van de groep toevallig dezelfde dingen meemaken. Ouders van kinderen die Praktijkonderwijs volgen en bijv. niet kunnen doorstromen naar het ROC kunnen gevoelens van verdriet, onzekerheid en frustratie ervaren. Het zwaartepunt ligt hier op de gebeurtenissen, waardoor deze ouders zich hetzelfde voelen. Aan de andere kant kan er een groepsemotie ontstaan doordat mensen hun gevoelens met elkaar uitwisselen. Een ouder kan bijvoorbeeld vol trots en vreugde vertellen over een geslaagde stage van zijn zoon/dochter. De kern ligt dan op de interactie tussen mensen waarbij gevoelens open en eerlijk met elkaar gecommuniceerd en uitgewisseld worden. Uit empirisch onderzoek van Klep (2010) komt naar voren dat het open communiceren en uitwisselen van zowel positieve als negatieve emoties binnen groepen voor vooruitgang zorgen waardoor onderlinge relaties sterker worden en de informatievoorziening beter wordt.

Als afsluiting van de informatieavond wordt er een drankje en een hapje geserveerd door de leerlingen van het Bonhoeffer College PrO en krijgen de aanwezigen de gelegenheid om informeel in gesprek te gaan met elkaar.

6.4 Het antwoord op de derde empirische deelvraag; Hoe kan een workshop de bewustwording uit de video een gedragsverandering op gang brengen?

Een workshop kan gedragsverandering op gang brengen wanneer deze aansluit op de video. De oefening in de workshop dient aan te sluiten op een interventie die bijdraagt aan een positieve beeldvorming, een growth mindset. Tevens kan er gedragsverandering op gang worden gebracht door de workshop wanneer de leerdoelen uit paragraaf 6.2 aansluiten op de cognitieve vermogens van de ouders van de leerlingen. Door inzet van bingo, een eenvoudig en algemeen bekend spel, kan men denken dat men in staat is om het spel te kunnen spelen. Dit draagt bij aan eigen effectiviteit om het spel te spelen en een gedragsverandering op gang te brengen.

Hoofdstuk 7

Discussie en aanbevelingen

Als eerste wordt in dit hoofdstuk de onderzoeksvraag beantwoord. Tevens worden in dit hoofdstuk aanbevelingen gedaan die samen met de video kunnen bijdragen aan een positieve beeldvorming over het Bonhoeffer College PrO en haar leerlingen. Verder worden in dit hoofdstuk de discussiepunten van dit onderzoeksrapport beschreven. In een eventueel vervolgonderzoek dient men rekening te houden met deze kritische punten.

7.1 Antwoord op de onderzoeksvraag

In hoofdstuk 1 is de onderzoeksvraag gesteld; Hoe kan een video over het Bonhoeffer College PrO een bijdrage leveren tot een positieve beeldvorming bij ouders over de mogelijkheden en kansen van leerlingen van het PrO op de (huidige) arbeidsmarkt? Een video kan een bijdrage leveren tot een positieve beeldvorming wanneer men in de video interventies ziet vanuit de sterke kanten benadering en een growth mindset, interventies vanuit een positieve basis voor verdere ontwikkeling van talenten en kwaliteiten. Tevens kan een video een bijdrage leveren wanneer de video aansprekend is voor de doelgroep. Net als de workshop dient de kern van de video, de boodschap, inhoudelijk op de beleveniswereld van de doelgroep aan te sluiten met een efficiënte en effectieve communicatie.

7.2 Aanbevelingen

In de onderstaande paragrafen worden drie aanbevelingen gedaan die samen met de video kunnen bijdragen aan een positieve beeldvorming.

7.2.1 Schoolwide Positive Behavior Support

De eerste aanbeveling is om SWPBS (Schoolwide Positive Behavior Support) in te voeren. Uit de theorie, de interviews met de verwijzers en uit de video komt naar voren dat handelen en werken vanuit een positieve instelling een betere en brede basis geeft voor de verdere ontwikkeling en groeien van mensen. Op twee van de drie verwijzende scholen wordt SWPBS toegepast. SWPBS is in Amerika ontwikkeld door Annemieke Golly en Jeff Sprague (Oregon Research Institute) (swpbs.nl, 2018). SWPBS is een evidenced based systeem dat zorgt voor geïntegreerde schoolbrede aanpak, gericht op het bevorderen en motiveren van gewenst gedrag van alle leerlingen binnen een school. Uitgangspunt is dat men goed gedrag kunt leren. Positive Behavior Support, verder te noemen als PBS, richt zich op het versterken van gewenst gedrag en op het tegenhouden van probleemgedrag. Het doel van PBS is om een positieve en sociale omgeving te scheppen die het leren bevordert en gedragsproblemen voorkomt.

PBS is een “kapstok” waaraan alle schoolinterventies en methoden die met gedrag te maken hebben in school opgehangen kunnen worden. Datgene wat reeds aanwezig is en goed werkt in de school wordt samengevoegd in PBS. Hierdoor wordt de werking van losse programma’s en methodes sterker gemaakt. (Baard, 2011).

Op het Bonhoeffer College PrO wordt gewerkt met het lesprogramma “Leefstijl”. Met het Leefstijf-programma worden jongeren bewust gemaakt van sociaal-emotionele vaardigheden en normen waarden. Deze spelen binnen het onderwijs een belangrijke rol. Tijdens de Leefstijllessen worden activiteiten gedaan en opdrachten gemaakt die het besef

van “goed omgaan met elkaar” versterken. Het stimuleren van groepsrelaties speelt in de Leefstijllessen een grote rol. Het gaat erom dat het niet alleen het individu sterker wordt, maar ook de groep (Leefstijl.nl, 2018). Het lesprogramma Leefstijl zou het PBS kunnen versterken en andersom.

PBS richt zich op drie niveaus van de school; het primaire interventieniveau voor alle leerlingen in alle schoolsituaties, het secundaire interventieniveau voor groepen leerlingen die extra ondersteuning hebben om gewenst gedrag te kunnen ontwikkelen en op enkele leerlingen die een intensieve aandacht en zorg voor gedrag nodig hebben. Uit onderzoek komt naar voren dat deze totaalbenadering zeer efficiënt is. De “losse” strategieën die scholen gebruiken blijken, zonder geïntegreerde, schoolbrede aanpak niet genoeg effectief te zijn (Baard, 2011). PBS bestaat uit zes basiselementen. Deze basiselementen staan beschreven in bijlage 3.

7.2.2 Communicatie

De tweede aanbeveling is om in alle communicatiemiddelen de interventies voor een positieve beeldvorming bewust in te zetten en toe te passen. De communicatiemiddelen bestaan uit de website van het Bonhoeffer College, social media (Instagram, Facebook) maar ook schriftelijke en mondelinge communicatie. Een voorbeeld is om de teksten op de website te screenen op de interventies die eerder genoemd zijn in dit onderzoek. Verder kunnen er o.a. succesverhalen, citaten, werkervaringen van bijvoorbeeld (oud)leerlingen en stagebedrijven op de website worden geplaatst. In dit onderzoek is geen onderzoek gedaan naar de mate waarin het Bonhoeffer College PrO zelf zorgt voor een positieve beeldvorming via haar communicatiekanalen.

Alle communicatiemiddelen dienen dezelfde uitstraling te hebben, dit versterkt onderling de positieve beeldvorming van alle communicatiemiddelen.

7.2.3 Workshop onderwijsteam Bonhoeffer College PrO

Een derde aanbeveling is om de workshop uit te voeren met het complete onderwijsteam van het Bonhoeffer College PrO namelijk; het management, de teamleiders, de docenten, het stageteam en het onderwijsondersteunend personeel. Om een positief beeld te kunnen vormen over het Praktijkonderwijs en haar leerlingen, en dit naar buiten de school uit te kunnen uitstralen is het van belang dat iedereen die betrokken is bij de leerlingen denkt en handelt vanuit een growth mindset. Net als het PBS kan een growth mindset schoolbreed worden ingezet voor een positieve beeldvorming over het Bonhoeffer College PrO en haar leerlingen.

7.3 Discussie

Een harde eis van de opdrachtgever was dat de video niet langer dan vijf tot acht minuten te laten duren. Dit is een beperking die bij een eventueel vervolgonderzoek dient te worden heroverwogen. Door meerdere leerlingen en hun begeleiders te interviewen kan er een beter en breder beeld ontstaan dat er mogelijkheden en kansen zijn voor leerlingen van het Bonhoeffer College PrO op de (huidige) arbeidsmarkt. Voor deze video zijn er twee leerlingen en hun begeleiders geselecteerd.

Door meerdere leerlingen uit verschillende sectoren te interviewen kan er meer bevestiging komen over de mogelijkheden en kansen van leerlingen uit het Praktijkonderwijs. In een eventueel vervolgonderzoek kan het van belang zijn om meerdere leerlingen te vragen voor deelname in een video.

Daarnaast is er een ander punt dat ter discussie kan worden gesteld. Er is een video gemaakt die een bijdrage kan leveren tot een positieve beeldvorming over de mogelijkheden en kansen van leerlingen van het Bonhoeffer College PrO. Aangezien het nog niet bekend is of er een informatieavond zal plaatsvinden is het niet mogelijk om de effecten van deze video in dit onderzoeksrapport op te nemen, namelijk of de video een bijdrage levert tot een positieve beeldvorming. Evaluatie is essentieel om de gewenste bijdrage inzichtelijk te maken. Het laten invullen van een evaluatieformulier na de informatieavond is een mogelijke optie van evaluatie.

Het beroepsproduct, de video is de feitelijke aanbeveling. In dit onderzoeksrapport wordt geen feitelijk antwoord gegeven op de onderzoeksvraag hoe een video een bijdrage kan leveren tot een positieve beeldvorming. Naast dit feit zou het ook interessant zijn geweest om te kijken naar de aanbevelingen over dit thema.

Een ander kritisch punt dat ter discussie kan worden gesteld zijn de interviews met de verwijzers. In de interviews zijn er vragen gesteld over de interventies die uit de literatuur en het conceptueel model naar voren zijn gekomen die een bijdrage kunnen leveren aan een positieve beeldvorming. Voornamelijk is er gesproken over de interventies communicatie, waarneming en bewustwording, een growth mindset en de sterke kanten benadering. Er zijn geen specifieke vragen gesteld over de interventie verandertaal, de voorbeelden van verandertaal kwamen naar voren tijdens antwoorden over de andere interventies. Hier had meer uitgehaald kunnen worden door de onderzoeker. In een eventueel vervolgonderzoek kan het van belang zijn om specifiekere vragen te stellen en meer voorbeelden te vragen over de interventies die een bijdrage kunnen leveren aan een positieve beeldvorming.

Hoofdstuk 8

Literatuurlijst

Admiraal, D. & Brand van den, H. (2015). Arbeidstoeleiding. Meer dan werk zoeken. *Loopbladvisie*, 2015-02.

Baard, M. (2011). Een passend onderwijsaanbod voor leerlingen met gedragsproblemen. Schoolwide Better Behavior Support. Beter Begeleiden, (04). Geraadpleegd op 27 september 2018, van:
www.swpbs.nl/files/675/schoolwide%20positive%20behavior%20support%20in%20beter%20begeleiden.pdf.

Bem, D. (1972). Self-perceptiontheory. In: L. Berkowitz (Ed.) *Adv. in Exp. Soc. Psychol.* (Vol. 6, 1-62). New York: Academic Press.

Booijink, M. (2007). *Onderzoeksrapport terug naar de basis: communicatie tussen leerkrachten en allochtone ouders in het primair onderwijs*. Universiteit Leiden.

Bohlmeijer E., Hulsbergen, M. (2009) *Voluit leven*. Boom Uitgevers, Amsterdam.

Damasio, A.R. (1994). *Descartes error: emotion, reason, and the human brain*. New York: Avon Books.

Damen, L.H., Rozema, G. (2002). *Competentiegericht leren in het vmbo*. OMOTilburg/Stichting Leerplanontwikkeling.

De Beer, Y. (2011). *De kleine gids: Mensen met een licht verstandelijke beperking*. Deventer: Kluwer.

De Bruin, H., Meinetten, J., Renes, R.J. & Stinesen B.B. (2013). Interactieve media voor gedragsverandering. *Een hedendaags perspectief op gezondheidscommunicatie*. Tsg, jaargang 91 (no. 1), 18-19.

De Koning, J., Gelderblom, A. & Gravesteyn, J. (2010) *Techniek: Exact goed? Het keuzeprocess van allochtone en autochtonen leerlingen in het (v)mbo verklaard*. Rotterdam: SEOR, Erasmus Universiteit Rotterdam.

De Vries, H., Mester, I. Van de Steeg, & Honing, C. (2005). The general public's information needs and perceptions regarding hereditary cancer: An application of the Integrated Change Model. *Patient Education and Counseling*, 56, 154-165.

De Wit, J., Slot, W., van Aken, A. (2004). *Psychologie van de adolescentie*. Baarn: HB Uitgevers.

Devine, P. (1989). Stereotype and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.

Diepenhorst, M.C., Hollander, M. (2011). *Zorg voor licht verstandelijk gehandicapten. Aard en omvang van LVG-zorg Eindrapport*. Geraadpleegd op 16 oktober 2017 van: https://www.kennispleingehandicaptensector.nl/docs/KNP/KNP%20GS/Zorg_voor_licht_verstandelijk_gehandicapten.pdf.

Dijk, van D., Toenders, L. (2016). Het onmogelijke mogelijk maken. Een groeimindset versterkt de cognitieve en gedragsontwikkeling. Geraadpleegd op 22 augustus 2018 van: https://plpo.nl/wp-content/uploads/2016/07/32_Hans_van_Dijck__Liny_Toenders_2016_05_Het_onmogelijke_mogelijk_maken_004.pdf.

Dweck, C.S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. New York: Random House.

Elias St. Elmo Lewis, E. (1908). *Financial Advertising*. (The History of Advertising). Levey Brothers.

Elshout, J.A.G. (2016). *Roep om respect: Ervaringen van werklozen in een meritocratiserende samenleving*. Amsterdam: Stichting de Driehoek.

Erikson, E. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: Norton.

Felten, H., Van Oostrum, D., Taouanza, I. & Keuzenkamp, S. (2016). *Van confrontatie naar minder discriminatie op de arbeidsmarkt? Onderzoek naar de plausibiliteit van trainingen gericht op bewustwording van vooroordelen in werving en selectie*. Utrecht: Kenniscentrum Integratie en Samenleving.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.

Fortkamp, J.T.J., Berg, E. van den (2005). *Leraren in beeld. Literatuurstudie naar de mogelijkheden voor coöperatief leren van beroepsvaardigheden met behulp van digitale video in een hypermedia omgeving*. Eindhoven/Enschede: Fontys/Universiteit Twente.

Hymer, B., Gershon, M. (2014). *Growht Mindset*. Steenwijk: Bazalt Educatie Uitgaven.

Joshi, A., Eberly, J., & Konzal, J. (2005) Dialogue across cultures: Teachers' perceptions about communication with diverse families. *Multicultural Education*, 13(2), 11-45.

Kashdan, T.B., & Silva, P.J. (2009). Curiosity and interest: The benefits of thriving on novelty and challenge. Synder, C.R. & Lopez, S.J. (Eds.). *Oxford handbook of positive psychology* (367-375). USA: Oxford University Press.

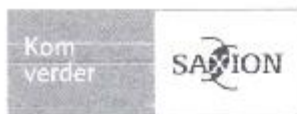
Kelly & Barsade 2001 Kelly, J.R., & Barsade, S.G. (2001). Mood and emotions in small groups and work teams. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86, 99-130.

- Kessels, J. W. M., Smit, C.A. (2007). *Opleidingskunde. Een bedrijfsgerichte benadering van leerprocessen*. Alphen aan de Rijn: Kluwer.
- Klep, A. (2014). Het begeleiden van de kracht, (on)macht en pracht van gedeelde emoties. *Tijdschrift voor Begeleidingskunde*, 4 (3), 2-10.
- Klosse, S., Muysken, J. (2014). Een inclusieve arbeidsmarkt vergt meer dan garantiebannen. *S&D*, 71 (4).
- Kuijpers, M. & Meijers, F. (2009). *Beroepsbeelden, -wensen en -voorkeuren van allochtone ouders*. Utrecht: FORUM, Instituut voor Multiculturele Ontwikkeling.
- Litman, J.A., & Silvia P.J. (2006). The latent structure of trait curiosity: Evidence for interest and deprivation curiosity dimensions. *Journal of Personality Assessment*, 86, 318-328.
- Louwers-Janssen, M. (2014). *Hebbes! Zaltbommel*: Thema, uitgeverij Schouten & Nelissen.
- Maso, I., Smaling, A. (1998). *Kwalitatief onderzoek: praktijk en theorie*. Amsterdam: Boom.
- Meldpunt discriminatie regio-amsterdam. (2012). *Beedvorming – Hoe werkt dat?*
Geraadpleegd op 26 september 2017 van: <http://www.mdra.nl/beelvorming-hoe-werkt-dat>.
- Monteith, M. (1993). Self-regulation of prejudiced responses: Implications for progress in prejudice-reduction efforts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(3), 469.
- Petit, R., Van Esch, W., Van der Meer, M., Smulder, H. (2013). *Kansen en keuzes voor de toekomst. Routes in het onderwijs en naar de arbeidsmarkt van niet-westerse allochtonen*.
Geraadpleegd op 16 maart 2017 van:
<http://ecbo.nl/portfolio-items/kansen-en-keuzes-voor-de-toekomst/>.
- Pinto, D. (1990). *Interculturele communicatie: drie-stappenmethode voor het doeltreffend overbruggen en managen van cultuurverschillen*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Rosch, E. (1978). Principles of categorization. In: E. Rosch & B.B. Lloyd (Eds.) *Cognition and categorization*, 28-48. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Ryan, R.M., & Deci, E.L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
doi:10.1037/0003-066X.55.1.68.
- Sassen, B. (2004). *Gezondheidsvoorlichting en preventie. Leidraad voor verpleegkundigen*. Maarsen: Elsevier Gezondheidszorg.
- Saricam, H. & Sahin, S.H. (2015). The relationship between the Environmental Awareness, Environmental Attitude, Curiosity and Exploration in Highly Gifted Students: Structural Equation Modelling. *Educational Process: International Journal*, 4(1-2), 7-17.

- Schricks, J. (2018). *Basisboek Scenarioschrijven*. Uitgeverij: Pelicula Film & TV.
- Shadid, W. (2007). *Grondslagen van interculturele communicatie: Studieveld en Werkterrein*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Siegel, R.D., Germer, C.K., & Oldendzki, A. (2009). Mindfulness: What is it? Where dit come from? In F. Didonna (Ed), *Clinical Handbook of Mindfulness*. New York: USA, Springer Publishing, 17-35.
- Smit F., Driessen, G., Doesburg, J. (2005). *Opvattingen van allochtone ouders over het onderwijs: tussen wens en realiteit: Een inventarisatie van de verwachtingen en wensen van ouders ten aanzien van de basisschool en educatieve activiteiten in Rotterdam*. Nijmegen: ITS.
- Stevens, B.A., & Tollafield, A. (2003). Creating Comfortable and Productive Parent/Teacher Conferences. *Classroom practive*, 521-524.
- Top, B. (2001). Van Stigma naar veelzijdigheid. In: Harchaoui, S, en Huinder, C. (red.) (2003). *Stigma: Marokkaan! Over afstoten en insluiten van een ingebeelde bevolkingsgroep*. Utrecht: FORUM, Instituut voor multiculturele ontwikkeling.
- Van Oudenhoven, J.P. (2012). *Crossculturele psychology. De zoektocht naar verschillen en overeenkomsten tussen culturen* (3^e druk). Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Van der Veen, M. & Goijarts, F. (2012). *Motiverende gespreksvoering voor sociaal-agogisch werk*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. Den Haag: Boom Lemna Uitgevers.
- Vonk, R. (2013). *Sociale Psychologie*. Houten: Noordhof Uitgevers Groningen.
- West, R., Turner, L.H. (2006). *Understanding Interpersonal Communication: Making Choices in Changing Times*. Thomson/Wadworth.
- Wigboldus, D. (2014). *Hoe houden onze hersenen ons voor de gek?* Geraadpleegd op 15 oktober 2017 van: <http://www.universiteitvannederland.nl/college/hoe-houden-onze-hersenen-ons-voor-de-gek.nl>.

Bijlage 1

Eigen werkverklaring



Eigen werkverklaring

Ondergetekende: (Naam student)

..... Monique Greflenhuijs

verklaart ondubbelzinnig dat:

- 1) dit werkstuk eigen werk is en daarom geen inbreuk maakt op het auteursrecht van een ander,
- 2) alle gebruikte bronnen (waaronder internetpagina's) zijn voorzien van bronvermelding,
- 3) het verslag voor niet meer dan 5 % aan overgenomen passages uit 'werk van anderen' bevat.
- 4) dit verslag ook digitaal is ingeleverd via Safe Assign (Blackboard).

Plaats: De Lutte

Datum: 14 oktober 2010

Handtekening:

..... Monique Greflenhuijs

N.B. Schending van bovengenoemde 'Eigen werkverklaring' wordt als fraude aangemerkt als bedoeld in Art. 19 OER.

saxion.nl