

ONDERZOEK

CREATIEF AGOGISCH COMPETENT

MARIE VAN WINGERDEN &
LOTTE VAN DEN BRINK

CREATIEF AGOGISCH COMPETENT

OPDRACHTGEVER:

WILMA TERLOUW-VAN DEN TOP,
CHRISTELIJKE HOGESCHOOL EDE (CHE)

AFSTUDEERBEGELEIDER:

KARLAN VAN IEPEREN-SCHELHAAS

EERSTE BEOORDELAAR:

LAYLA VAN DER POL

MARIE VAN WINGERDEN &
LOTTE VAN DEN BRINK
SOCIAAL PEDAGOGISCHE
HULPVERLENING

MEI 2016

SAMENVATTING

Creatief Agogisch Competent is een onderzoek, uitgevoerd in opdracht van de Christelijke Hogeschool Ede en Wilma Terlouw, naar de manieren waarop alumni van de Academie Sociale Studies op dit moment gebruik maken van creatief agogische competenties en welke behoeften zij hebben om dit aan te vullen.

Dit onderzoek heeft als **doelstelling** (met aansluitende probleemstelling) het verkrijgen van kennis en inzicht over en in de ondersteuningsbehoeften omtrent creatief agogische competenties van alumni van de Academie Sociale Studies aan de Christelijke Hogeschool Ede. Het onderzoek zal plaatsvinden onder alumni die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd en werkzaam zijn in de sociale sector. Naast het verkrijgen van kennis en inzicht is het doel te komen met een overzicht van deze behoeften en een advies voor onze opdrachtgever over de vraag hoe er aan deze behoeften tegemoet kan worden gekomen.

We hebben gewerkt met de **hoofdvraag**: Welke ondersteuningsbehoefte leeft er bij alumni, die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd aan de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede en werkzaam zijn als sociale professional in het veranderende sociale werkveld, omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische competenties?

Uit deze hoofdvraag komen de volgende **deelvragen** voort:

1. Welke competenties op het gebied van creatief agogisch werken hebben sociale professionals nodig in het veranderende sociale werkveld?

Methode: Literatuuronderzoek, aangevuld met input vanuit de enquête en de interviews.

Resultaat: Door de veranderingen in het sociale werkveld worden er nieuwe competenties gevraagd van de sociale professional. De nieuwe sociale professional is present, is een (domein)generalist, werkt vanuit de eigen kracht en werkt vraaggericht. Onder de nieuwe competenties vallen ook creatief agogische competenties. Creatief agogische competenties die vanuit de literatuur worden gevraagd en ook door alumni worden herkend, zijn onder andere: eigen plan durven trekken, flexibiliteit en meebewegen, innoverend vermogen, ontwikkelingsgericht, nieuwe oplossingen bedenken, ondernemen, out-of-the-box denken, ontwerpen, experimenteren en samenwerken. Ook hebben alumni de volgende competenties als aanvulling genoemd: doelgericht zijn, bewust zijn, muzisch interveniëren en mogelijkheden zien en creëren.

2. Over welke creatief agogische competenties die gevraagd worden vanuit het veranderende sociale werkveld beschikken alumni op dit moment?

Methode: Enquêtes, interviews en aangevuld met literatuuronderzoek.

Resultaat: In de literatuur is te lezen dat enkele competenties worden benoemd als zorgzaamheid, creativiteit, constructief, komen tot oplossingen, niet bij de pakken neerzitten, inspelen op de situatie, meebewegen, passende hulp bieden, mogelijkheden zien. Daarop aansluitend noemen alumni zelf dat zij muzisch interveniëren en flexibiliteit en meebewegen, mogelijkheden zien en creëren en nieuwe oplossingen bedenken inzetten in de praktijk.

3. Hoe onderhouden en vergroten alumni hun creatief agogische competenties in het veranderende sociale werkveld?

Methode: Enquêtes, interviews en aangevuld met literatuuronderzoek.

Resultaat: Volgens de aangehaalde artikelen en onderzoeken maken sociale professionals hier nog weinig gebruik van. Ze leren voor het grootste deel in de praktijk en van overleg met collega's. Dit komt terug in de antwoorden van alumni in de enquête, die aangeven vooral zelf manieren uit te proberen en hiervan te leren. Ook in de interviews geven veel alumni aan te overleggen met collega's. Wanneer ze zelf naar informatie zoeken, gebruiken zij hiervoor veelal internet, intranet of boeken.

4. Welke ondersteuningsbehoefte is er onder alumni omtrent aanvulling op het gebied van creatief agogische competenties?

Methode: Enquêtes en interviews.

Resultaat: De alumni geven aan behoefte te hebben aan ondersteuning op het gebied van muzisch interveniëren, out-of-the-box denken, bewustzijn, op de hoogte gehouden worden, scherp gehouden worden, inspiratie, kennis en informatie, ideeën, voorbeelden en ervaringen, meedenken met elkaar, inspirerende personen. Een deel van de alumni geeft aan ondersteuning te willen ontvangen in de vorm van een digitaal

middel, zoals een website, app, forum, chat, via social media of via de mail. Tevens geeft een aantal van de alumni aan behoefte te hebben aan klassikaal onderwijs, zoals een cursus, praktijkdag of conferentie.

Als **conclusie** in antwoord op de hoofdvraag kunnen we stellen dat alumni wel degelijk behoefte hebben aan ondersteuning omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische competenties. Uit de voorgaande hoofdstukken blijkt dat alumni hun creatief agogische competenties inzetten en onderhouden, maar hierin ook behoefte hebben aan ondersteuning.

In de **discussie** en **evaluatie** blikken we terug we het onderzoeksproces en evalueren wij het onderzoeksverslag. Hierin is te lezen welke beslissingen wij hebben genomen en hoe deze ons onderzoek hebben beïnvloed.

In de **aanbevelingen** gaan we tot slot verder in op hoe onze opdrachtgever aan de ondersteuningsbehoefte van de doelgroep tegemoet kan komen. De uiteindelijke aanbeveling voor onze opdrachtgever is dat de alumni behoefte hebben aan een digitaal of klassikaal middel waarbij ideeën, voorbeelden en ervaringen uitgewisseld kunnen, waarbij alumni elkaar kunnen helpen, waarbij er gebruik gemaakt wordt van de informatie en ideeën van inspirerende personen en waarbij er ook kennis en informatie beschikbaar is. Deze informatie dient overzichtelijk en gericht op de doelgroep aangeboden te worden.

INHOUD

Samenvatting	3
Voorwoord	9
Leeswijzer	10
Hoofdstuk 1: Verantwoording.....	11
Inleiding.....	11
H1.1 Aanleiding	11
H1.2 Status Quaestionis	12
H1.3 Probleemstelling	13
H1.4 Vraagstelling	13
H1.4.1 Hoofdvraag	13
H1.4.2 Deelvragen	13
H1.5 Doelstelling	14
H1.5.1 Doelstelling	14
H1.5.2 Doelgroep	14
H1.5.3 Afbakening	14
H1.5.4 Resultaten	16
H1.6 Verantwoording type onderzoek	17
H1.6.1 Verantwoording model	18
H1.7 Onderzoeksmethode: Literatuuronderzoek	19
H1.7.1 Verantwoording en risico's literatuuronderzoek	19
H1.8 Onderzoeksmethode: Enquêtes en interviews	20
H1.8.1 Verantwoording en risico's enquêtes en interviews	21
H1.9 Documenteren en analyseren van data	22
Hoofdstuk 2: Creatief agogische competenties in het werkveld anno 2016	23
Inleiding.....	23
H2.1 Definitie creatief agogische competenties	23
H2.1.1 Definitie creativiteit	23
H2.1.2 Definitie agogisch	24

H2.1.3 Definitie competentie	25
H2.1.4 Definitie creatief agogische competenties	25
H2.2 Ontwikkelingen in de huidige samenleving en zorg	26
H2.2.1 Verandering in wet- en regelgeving.....	26
H2.2.2 Verandering in de visie op hulpverleners	26
H2.2.3 Verandering in de competenties van de professional	27
H2.2.4 Door alumni opgemerkte veranderingen	29
H2.3 Creatief agogische competenties die naar aanleiding van de ontwikkelingen worden gevraagd.....	30
H2.3.1 Creativiteit als een op zichzelf staande competentie	30
H2.3.2 Creativiteit als onderdeel van andere competenties	30
Samenvatting	35
Hoofdstuk 3: Gebruikte competenties.....	36
Inleiding.....	36
H3.1 Literatuur	36
H3.2 Voorbeelden van creatief agogisch werken	37
H3.3 Gebruikte competenties	38
H3.3.1 Gebruikte competenties genoemd in enquête.....	38
H3.3.2 Gebruikte competenties genoemd in interviews	39
H3.3.3 Gebruikte 'niet-gevraagde' competenties.....	40
Samenvatting	41
Hoofdstuk 4: Onderhouden en vergroten.....	42
Inleiding.....	42
H4.1 Mogelijkheden tot onderhouden en vergroten.....	42
H4.2 Visie vanuit literatuur	43
H4.3 Uitkomsten enquête en interviews	44
H4.3.1 Enquête.....	44
H4.3.2 Interviews	44
Samenvatting	45
H5 Ondersteuningsbehoefte omtrent creatief agogische competenties	47

Inleiding.....	47
H5.1 Ondersteuningsbehoefte omtrent creatief agogische competenties	47
H5.2 Inhoud ondersteunend middel	48
H5.2.1 Competenties vanuit het veranderende sociale werkveld	48
H5.2.2 Aanvullende behoefte van alumni.....	49
H5.2.3 Benodigde factoren	50
H5.3 Vorm ondersteuningsmiddel	51
Digitaal middel	51
Klassikaal onderwijs	52
H5.4 Motiverende factoren.....	52
Informatie moet gericht zijn op de praktijk	52
Het vergaren van de informatie moet niet teveel tijd en moeite kosten	52
Alumni moeten herinnerd worden aan het ondersteunend middel	52
Het ondersteunend middel is interactief.....	53
Samenvatting	53
Conclusie	54
Hoofdvraag.....	54
Samenvatting uitkomsten	54
Conclusies.....	55
Samenvattend antwoord op de hoofdvraag	55
Aanbevelingen	56
Aanbevelingen inhoud ondersteunend middel.....	56
Aanbeveling 1: het ondersteunend middel bevat kennis en informatie	56
Aanbeveling 2: het ondersteunend middel bevat ideeën, voorbeelden en ervaringen	56
Aanbeveling 3: het ondersteunend middel geeft de alumni de mogelijkheid mee te denken met elkaar... ..	56
Aanbeveling 4: het ondersteunend middel maakt gebruik van informatie van inspirerende personen en ervaringsdeskundigen.	57
Aanbevelingen vorm ondersteunend middel	57
Aanbeveling 5: de ondersteuning wordt aangeboden door middel van een digitaal middel en/of door middel van klassikaal onderwijs.....	57

Aanbevelingen betreffende motiverende factoren	57
Aanbeveling 6: Het ondersteunend middel moet overzichtelijk zijn en gericht op de eigen doelgroep	57
Samenvattende aanbeveling.....	58
Vervolgonderzoek	58
Discussie en evaluatie	59
Onderzoeksopzet	59
Vorbereiding	59
Risico's doelgroep	59
Onderzoeksmethoden.....	60
Literatuur	60
Enquêtes	60
Interviews.....	61
Uitwerking in verslag.....	61
Inhoud van hoofdstukken	61
Labelsysteem.....	62
Getrokken conclusies en resultaten.....	62
Literatuurlijst.....	63
Bijlagen.....	68
Bijlage 1: Begrippenlijst.....	69
Bijlage 2: Uitnodiging voor enquête.....	71
Bijlage 3: Opzet enquête	73
Bijlage 4: Uitkomsten enquête.....	76
Bijlage 5: Uitnodiging interviews.....	90
Bijlage 6: Interviewvragen, gesorteerd per deelvraag	92
Bijlage 6: Kernthema's	96
Definiëring van de kernthema's en thema's	96
Kernthematabel	98

VOORWOORD

Beste lezer,

Voor u ligt het resultaat van het onderzoek dat wij in opdracht van Wilma Terlouw van de Christelijke Hogeschool Ede hebben uitgevoerd naar de ondersteuningsbehoefte van alumni van de Academie Sociale Studies omtrent creatief agogische competenties.

Door middel van literatuuronderzoek, een enquête onder alumni die maximaal vijf jaar geleden aan de ASS zijn afgestudeerd en het interviewen van elf van deze alumni, zijn we op zoek gegaan naar de manieren waarop zij hun creatief agogische competenties inzetten in hun werk. We hebben onderzocht hoe zij hun competenties onderhouden en wat zij hierin nog nodig hebben en kunnen gebruiken. Tenslotte hebben we alle uitkomsten samengevat en vervolgens aanbevelingen geschreven voor een aansluitend ondersteunend middel.

Met deze aanbevelingen willen we advies geven aan de Christelijke Hogeschool Ede in het ontwikkelen van een middel waarin alumni ondersteund kunnen worden in het onderhouden, vergroten en ontwikkelen van hun creatief agogische competenties. We hebben tijdens ons onderzoek gemerkt dat er onder de alumni interesse leeft voor dit onderwerp en dat zij hier graag meer mee willen doen. Daarom zijn we enthousiast over het geleverde advies en zien wij uit naar vervolgstappen wat betreft een middel.

We willen graag een aantal mensen hartelijk bedanken voor hun medewerking en ondersteuning. Allereerst bedanken we onze opdrachtgeefster Wilma Terlouw-van den Top, die ons de mogelijkheid heeft gegeven dit onderzoek uit te voeren en tijd heeft vrijgemaakt om met ons mee te denken. Ook willen we onze afstudeerbegeleidster Karlan van Ieperen-Schelhaas bedanken, die ons werk heeft voorzien van uitgebreide feedback en altijd snel reageerde wanneer wij hulp nodig hadden.

Verder zijn we erg dankbaar voor alle alumni die hebben gereageerd op onze mail en de enquête hebben ingevuld. Zeker de alumni die vervolgens hebben aangegeven mee te willen werken aan een interview en tijd voor ons vrij wilden maken, face-to-face (soms zelfs bij hen thuis), via telefoon of mail, willen we hartelijk bedanken.

We bedanken Marije van de Beek, die ons heeft geholpen in de beginfase van ons onderzoek en zich heeft ingezet om te zorgen dat wij verder konden. Verder wil Marie graag Lotte bedanken. Ook bedankt Lotte van harte Marie. Als laatste bedanken we onze familie en vrienden, die ons hebben ondersteund en onze verhalen en frustraties hebben angehooord. U als lezer willen we bedanken voor uw aandacht en interesse.

Marie van Wingerden en Lotte van den Brink

Hoofdstuk 1: Verantwoording

Dit hoofdstuk bestaat uit het vooronderzoek en de verantwoording van het onderzoek. De volgende zaken worden hierin besproken: de aanleiding, de probleemstelling, de vraagstelling en de doelstelling. We sluiten af met de verantwoording van de onderzoeksmethoden.

Hoofdstuk 2: Creatief agogische competenties in het werkveld anno 2016

Dit hoofdstuk geeft door middel van literatuur, aangevuld met informatie uit de enquête en de interviews antwoord op deelvraag één, die gaat over welke competenties op het gebied van creatief agogisch werken sociale professionals nodig hebben in het veranderende sociale werkveld.

Hoofdstuk 3: Gebruikte competenties

In dit hoofdstuk behandelen we deelvraag twee. Het hoofdstuk gaat over welke creatief agogische competenties die gevraagd worden vanuit het veranderende sociale werkveld alumni op dit moment beschikken. Door middel van interviews, de enquête en aangevuld met literatuur is dit onderzocht.

Hoofdstuk 4: Onderhouden en vergroten

De derde deelvraag wordt in dit hoofdstuk beantwoord. Door middel van interviews, de enquête en aangevuld met literatuur wordt er gekeken naar hoe alumni hun creatief agogische competenties onderhouden en vergroten in het veranderende sociale werkveld?

Hoofdstuk 5: Ondersteuningsbehoefte omtrent creatief agogische competenties

In dit hoofdstuk zal de vierde deelvraag worden beantwoord: Welke ondersteuningsbehoefte is er onder alumni omtrent aanvulling op het gebied van creatief agogische competenties?

Er is antwoord gegeven op deze vraag vanuit interviews en de enquête.

Conclusie

De algehele conclusie van ons onderzoek is in dit hoofdstuk te lezen. We zullen hierin de conclusies van de deelvragen kort samenvatten en een antwoord geven op de hoofdvraag.

Aanbevelingen

Dit hoofdstuk gaat over het advies dat naar aanleiding van de conclusies aan onze opdrachtgever zal worden gegeven omtrent een ondersteunend middel.

Discussie

In dit hoofdstuk kijken we kritisch naar ons onderzoeksverslag, de onderzoeksmethodes die we gebruikt hebben en naar onze samenwerking met onze opdrachtgever en de onderlinge samenwerking.

Literatuurlijst

In de literatuurlijst staan alle gebruikte bronnen vermeld.

Bijlagen

In de bijlagen zijn de begrippenlijst, het afstudeervoorstel, de uitnodiging voor de enquête, de enquêtevragen en -uitkomsten, de uitnodigende brief voor de interviews, de interviewvragen en de kernthema's te vinden.

Bronnenboek

Naast het onderzoeksverslag wordt er apart een bronnenboek afgeleverd.

HOOFDSTUK 1: VERANTWOORDING

INLEIDING

In dit eerste hoofdstuk wordt besproken wat de aanleiding is van dit onderzoek en in welke context de doelgroep zich bevindt (H1.1). Vervolgens is te lezen op welke wijze ons onderzoek bijdraagt ten opzichte van andere uitgevoerde onderzoeken (H1.2). Hierop volgen de probleemstelling (H1.3), vraagstelling (H1.4) en doelstelling (H1.5) van dit onderzoek. Binnen deze paragraaf (H1.5) worden ook de doelgroep en afbakening van dit onderzoek besproken. Tenslotte worden het type onderzoek (H1.6) en de onderzoeksmethoden (H1.7 en H1.8) verantwoord, waarna de verantwoording van de manier van documenteren te lezen is. Dit hoofdstuk dient als inleiding op het thema van dit onderzoek en verantwoording van de gebruikte methoden. De begrippen die in dit en de volgende hoofdstukken zijn gebruikt, zijn terug te vinden in de begrippenlijst (bijlage 1).

H1.1 AANLEIDING

Koning Willem-Alexander zei in zijn troonrede van 2013 dat de samenleving verandert van de klassieke verzorgingsstaat naar een participatiesamenleving, waarin 'van iedereen die dat kan, wordt gevraagd verantwoordelijkheid te nemen voor zijn of haar eigen leven en omgeving' (Rijksoverheid, 2013).

De verandering in de samenleving van verzorgingsstaat naar participatiesamenleving leidt tot veranderingen in het sociale werkveld, waarin een nieuwe werkwijze centraal staat. In 2010 werd bijvoorbeeld Welzijn Nieuwe Stijl ingevoerd. Een manier van werken waarbij onder andere de eigen kracht van de burger meer centraal staat en waar er gevraagd wordt om samenwerking tussen verschillende instanties (Transitie Bureau WMO, 2015). Op dit moment vindt er een transformatie, een verandering, in de zorg plaats, waarbij de werkwijze verandert naar een werkwijze waarbij onder andere de focus nog meer komt te liggen op de eigen kracht van de cliënt en participatie (Veld, Wachtmeester, 2012).

De veranderingen vragen om andere competenties van sociale professionals. Competenties zijn 'een verworven vermogen om een taak, rol of missie adequaat uit te voeren' en volgens het competentiemodel van Roe wordt een competentie opgebouwd uit persoonlijkheidskenmerken, vaardigheden, kennis en houding (Roe, 2002). De veranderingen in de zorg vragen om andere competenties, zoals het verhelderen van vragen en behoeften, het versterken van de eigen kracht en zelfregie, aan te sturen op betrokkenheid en participatie, het versterken van netwerken en het inzetten van vrijwilligers en mantelzorgers (Vlaar, Kluft & Liefhebber, 2014).

Ook worden er andere competenties op het gebied van creatief agogisch werken gevraagd. Creatief agogisch werken, ook wel muzisch agogisch werken genoemd, is het beïnvloeden van individuele personen en/of groepen, gericht op de ontwikkeling en het welzijn van het individu en/of de groep door middel van creatieve, speelse ideeën en activiteiten die een beroep doen op het menselijke vermogen tot verbeelding, vindingrijkheid en verwondering (Behrend, 2015). De begrippen creatief agogisch werken en creatief agogische competenties worden in de begrippenlijst nader verklaard en in hoofdstuk 2 uitgebreid besproken. Volgens Dineke Behrend en Marlies Jellema, auteurs van het boek *Muzisch-Agogische Methodiek*, brengt de overgang naar een participatiesamenleving veranderingen met zich mee. 'Het uitgangspunt van de sociale professional is niet weten hoe het moet, maar leren ontdekken wat kan. Het vraagt om een innovatieve en ondernemende houding. Divergent denken, zelfbewustzijn, zelfreflectie en creativiteit zijn tools om inventief om te gaan met datgene wat de toekomst ons brengt' (Behrend, 2015).

De opdrachtgeefster is docent aan de Christelijke Hogeschool Ede (CHE), een middelgrote hogeschool met verschillende academies, zoals de Academie Sociale Studies (ASS), die bestaat uit de opleidingen Sociaal Pedagogisch Hulpverleners (SPH) en Maatschappelijk Werk en Dienstverlening (MWD). De opdrachtgever vraagt zich af of de alumni, oud-studenten van de ASS, door de veranderingen in het sociale werkveld en de veranderende competenties in de zorg behoefte hebben aan ondersteuning omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische kennis en vaardigheden. Als er behoefte is aan ondersteuning wat betreft kennis en vaardigheden, dan is de opdrachtgever benieuwd naar het antwoord op de vraag of en hoe er in deze behoefte voorzien kan worden met behulp van een digitaal of anderszins vormgegeven middel.

Uit een onderzoek van de Christelijke Hogeschool Ede onder 640 oud-studenten blijkt dat alumni behoefte hebben aan bijscholing in hun werkveld. 73% van de oud-MWD'ers en 73% oud-SPH'ers van de Christelijke Hogeschool Ede, geeft aan dat ontwikkeling wordt gestimuleerd vanuit de werkkring. 55% van de oud-MWD'ers en 57% van de oud-SPH'ers geeft aan behoefte te hebben aan vakinhoudelijke verdieping door middel van een master of opleiding. De alumni geven in het onderzoek dus aan dat ontwikkeling vanuit de werkkring gestimuleerd wordt en dat zij er ook behoefte aan hebben (Commissie Kwaliteitszorg, 2013), maar uit dit onderzoek blijkt nog niet of alumni ook behoefte hebben aan ondersteuning op het gebied van het funderen en toepassen van creatief agogische vaardigheden en kennis.

H1.2 STATUS QUAESTIONIS

Er zijn meerdere onderzoeken gedaan die raakvlakken hebben met dit onderzoek, waarbij de term muzisch agogisch gebruikt wordt. Muzisch agogisch heeft dezelfde betekenis als creatief agogisch. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de term creatief agogisch, zoals verantwoord in H2.1.1. Er is onderzoek gedaan naar muzisch agogisch werken in de jeugdhulpverlening, waarbij onderzocht is wat muzisch agogisch werken inhoudt en hoe de muzisch agogische vaardigheden, kennis en grondhouding toegepast worden in de jeugdzorg (Roubos & Maas, 2013). De meerwaarde van ons onderzoek ten opzichte van dit onderzoek, is dat ons onderzoek zich richt op de kennis en vaardigheden van alumni uit verschillende werkvelden.

Tevens is er onderzocht hoe de samenwerking verloopt tussen de muzisch agogische vakken op de Christelijke Hogeschool Ede in vergelijking met de andere scholen (Beukers & Raalte, 2012). De meerwaarde van ons onderzoek ten opzichte van dit onderzoek is dat ons onderzoek zich niet richt op de opleiding zelf, maar juist op de toepassing en fundering van de methodiek in het werkveld. Ons onderzoek richt zich dus op de toepassing van de theorie en bijbehorende vaardigheden in de praktijk.

Door studenten van het Windesheim is er onderzocht welke rol creativiteit heeft in de opleiding SPH. Een deel van dit onderzoek richt zich op de veranderingen in het werkveld van de sociaal pedagogisch hulpverlener en op de toepassing van creativiteit in de 21e eeuw (Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015). De meerwaarde van ons onderzoek ten opzichte van dit onderzoek, is dat ons onderzoek zich richt op creatief agogische vaardigheden en kennis. In ons onderzoek wordt dus ook het agogische aspect van creativiteit betrokken in tegenstelling tot het onderzoek van het Windesheim waar het vooral gaat over het creatieve aspect. Bovendien is het onderzoek van het Windesheim gericht op het Windesheim zelf, terwijl ons onderzoek zich toespitst op alumni van de Christelijke Hogeschool Ede. Dat sluit meer aan bij de behoefte van onze opdrachtgever om informatie over de vraag of alumni van de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede behoefte hebben aan ondersteuning omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische vaardigheden en kennis.

Tot slot is er door de CHE een enquête uitgevoerd onder alumni, waaruit blijkt dat er vanuit het werkveld gevraagd wordt om ontwikkeling en dat er onder alumni behoefte is aan bijscholing door middel van een cursus of opleiding (Commissie Kwaliteitszorg, 2014). Ons onderzoek heeft meerwaarde vergeleken bij dit onderzoek, omdat dit onderzoek zich niet specifiek richt op bijscholing omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische competenties.

Daarnaast gaat het hier om bijscholing door middel van een opleiding of cursus en niet door middel van een goedkoper digitaal middel mits daar behoefte aan is. Het onderzoek heeft dus meerwaarde, omdat het zich richt op meerdere werkvelden, op het toepassen van de theorie in de praktijk. Het onderzoek richt zich bovendien specifiek op creatief agogische competenties en op de specifieke doelgroep: de alumni van de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede, die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd en werkzaam zijn in de sociale sector. Dit heeft als meerwaarde dat de resultaten aansluiten bij de alumni en er echt wat mee gedaan kan worden en het sluit aan bij de vraag van onze opdrachtgever.

H1.3 PROBLEEMSTELLING

De alumni van de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede hebben te maken met veranderingen in het sociale werkveld, waaronder de nieuwe manier van werken volgens Welzijn Nieuwe Stijl en de transformatie van de zorg (zoals te lezen in H2). De werkwijze verandert naar een werkwijze waarbij onder andere eigen kracht en participatie centraal staat. Dit vraagt om andere competenties en andere creatief-agogische competenties van de sociale professional. De alumni worden vanuit het werkveld gestimuleerd om zich te ontwikkelen en zij hebben zelf ook behoefte aan bijscholing. Voor de opdrachtgever is het niet duidelijk of er onder de alumni van de Academie Sociale Studies behoefte is aan ondersteuning omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische vaardigheden en kennis. Het probleem speelt zich af op het uitvoerend niveau, omdat het probleem invloed heeft op het handelen van de alumni in het sociale werkveld.

Het probleem voor de opdrachtgever vanuit de Christelijke Hogeschool Ede is dat het voor haar niet duidelijk is of en welke behoefte er is aan ondersteuning omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische vaardigheden en kennis volgens de alumni van de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd en werkzaam zijn in het sociale werkveld.

H1.4 VRAAGSTELLING

H1.4.1 HOOFDVRAAG

Onderzoeksvraag: Welke ondersteuningsbehoefte leeft er bij alumni, die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd aan de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede en werkzaam zijn als sociale professional in het veranderende sociale werkveld, omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische competenties?

Wanneer we het in de deelvragen hebben over 'alumni', bedoelen wij hiermee 'alumni, die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd aan de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede en werkzaam zijn als sociale professional in het veranderende sociale werkveld'.

H1.4.2 DEELVRAGEN

1. Welke creatief agogische competenties hebben sociale professionals nodig in het veranderende sociale werkveld?
2. Over welke creatief agogische competenties die nodig zijn in het veranderende sociale werkveld beschikken alumni op dit moment?
3. Hoe onderhouden en vergroten alumni hun creatief agogische competenties in het veranderende sociale werkveld?
4. Welke ondersteuningsbehoefte is er onder alumni omtrent aanvulling op het gebied van creatief agogische competenties?

H1.5 DOELSTELLING

H1.5.1 DOELSTELLING

Dit onderzoek, dat heeft gelopen tot mei 2016, heeft tot doel het verkrijgen van kennis en inzicht over en in de ondersteuningsbehoeften omtrent creatief agogische competenties van alumni van de Academie Sociale Studies aan de Christelijke Hogeschool Ede, die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd en werkzaam zijn in de sociale sector en te komen met een overzicht van deze behoeften en een advies voor onze opdrachtgever over de vraag hoe er aan deze behoeften tegemoet kan worden gekomen.

Deze doelstelling is bruikbaar voor onze opdrachtgever, en met ons advies zal ook door school worden gewerkt aan een product dat door de alumni zal kunnen worden gebruikt. Dit product valt echter niet meer binnen ons onderzoek, omdat dit door school verder zal worden opgepakt.

H1.5.2 DOELGROEP

We hebben het onderzoek uitgevoerd onder de groep alumni die tussen nu en vijf jaar geleden aan de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede zijn afgestudeerd en op dit moment werkzaam zijn in de sociale sector. We hebben onderzoek gedaan onder zowel alumni van de studie Sociaal Pedagogische Hulpverlening als de studie Maatschappelijk Werk en Dienstverlening.

H1.5.3 AFBAKENING

Grens 1: Alumni die tussen nu en vijf jaar geleden zijn afgestudeerd

We hebben gekozen voor een periode van vijf jaar, omdat 'de alumni van de Academie Sociale Studies aan de Christelijke Hogeschool Ede' een grote doelgroep betreft, groter dan voor ons realistisch is om te onderzoeken. Tien jaar geleden, in 2005, is door de docenten van MAM(Muzisch-Agogische Methodiek)-vakken aan de Christelijke Hogeschool Ede een visiestuk (Schurink, Terlouw & Manusama, 2005) geschreven wat betreft de inhoud en samenwerking op het gebied van de lessen rondom creatief agogisch werken, aangehaald in het onderzoek 'Muzisch-Agogisch Samenwerken' (Beukers & Raalte, 2012). Hierop hebben zij hun lessenpakket aangepast.

Studenten die langer dan tien jaar geleden zijn afgestudeerd hebben dus een ander lessenpakket aangeboden gekregen dan studenten die tien jaar of korter geleden zijn afgestudeerd.

Hier legden wij de eerste grens, maar dit betreft nog steeds een grote groep.

Omdat wij dit onderzoek uitvoerden met het oog op de veranderingen in de zorg en samenleving, waarin de alumni als sociale professionals functioneren, hebben we de volgende grens gelegd in 2010.

In 2010 startte het programma Welzijn Nieuwe Stijl, een programma met als doel om 'een nieuwe impuls te geven aan de invulling van de WMO, om de zelfredzaamheid en participatie van burgers te vergroten' (TransitieBureau WMO, 2015). Het programma is eind 2012 afgerond en heeft grote invloed gehad op de transformatie van de zorg, waarover in de aanleiding wordt gesproken.

Vanaf 2010 begon er een verschuiving plaats te vinden in competenties die van sociale professionals worden gevraagd en werden ook de opleidingen hierop aangepast. In een rapportage van het Programmabureau Welzijn Nieuwe Stijl wordt genoemd dat de professionalisering van de welzijnswerkers, onder andere in het meer vraaggericht werken, deels bij het veld en onderwijs en deels bij de gemeentes ligt. (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, 2012). 'In het HBO zijn onlangs de onderwijscurricula vernieuwd en worden vanaf 2010 de nieuwe programma's ingericht' (Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, 2010).

Om bovenstaande redenen hebben wij gekozen voor een periode van vijf jaar.

Grens 2: Populatie en steekproef enquête

De grootte van de groep alumni waar wij onze enquête onder uit hebben gezet, is bij ons bekend geworden toen wij de lijst via de Academie Sociale Studies ontvingen. Wij verwachtten zo'n 1000-1500 oud-studenten, naar aanleiding van wat wij van onze opdrachtgever hebben doorgekregen. Uiteindelijk bleek het te gaan om 1340 alumni.

Onze doelgroep bestond dus uit een grote groep betrokkenen, waarin we twee keer hebben ingezoomd.



Figuur 1 Steekproef enquête

1. Respondenten enquête

Het totale onderzoeksveld (Mertens, 2010) bestaat uit de lijst van 1340 alumni die wij via de Academie Sociale Studies hebben ontvangen. We zijn zorgvuldig omgegaan met de privacy van de alumni, door deze lijst alleen te gebruiken voor het versturen van de uitnodigingen en deze daarna te verwijderen.

Naar deze alumni hebben wij via e-mail een enquête gestuurd met een aantal vragen, waarvan de uitnodiging, vragen en uitkomsten te vinden zijn in bijlagen 3, 4 en 5. Gegevens die we onder andere in deze enquête hebben gevraagd zijn in welk werkveld de alumni werkzaam zijn, bij welke organisatie, of zij MWD of SPH hebben gestudeerd en in welke functie zij werkzaam zijn. We zijn uitgegaan van een respons van 20% na het contact leggen met 1200 alumni, en verwachtten op basis daarvan dat de groep respondenten zou bestaan uit 240 personen.

Uiteindelijk was dit een respons van 101 op 1340, dus 7,5% procent. Dit is natuurlijk een lage respons, wat we onder andere wijten aan een hoog percentage foutieve mailadressen. Maar omdat we in ons onderzoek geen harde conclusies verbonden aan de cijfers die uit de enquête voort zijn gekomen, hebben we geen grote hinder ondervonden van de lage respons. We hadden vooraf geen ondergrens gesteld, maar hebben duidelijk in ons onderzoek aantallen en cijfers benoemd, wanneer we antwoorden van respondenten aanhaalden. Ons doel met de enquête was om een beeld te krijgen van onze doelgroep en ook met een lage respons waren hier (tot op zekere hoogte) conclusies uit te trekken.

2. Steekproef uit verschillende werkvelden

We hebben alle respondenten, uit verschillende werkvelden, de vraag voorgelegd of zij mee wilden werken aan een diepte-interview. Dit hebben we gedaan via een vraag in de enquête. We hebben een selectie (Baarda, Goede & Teunissen, 2009), representatieve steekproef uitvoeren en hebben daarom met elf alumni afgesproken die positief op deze vraag reageerden en die werkzaam zijn in verschillende werkvelden om zo breed mogelijk te kunnen onderzoeken, iets wat onze opdrachtgever van ons vroeg.

De groep geïnterviewden hing uiteraard ook af van de respons. Wanneer onze enquête bijvoorbeeld door alleen jeugdwerkers was ingevuld, zou dit onderzoek ook onder hen plaatsvinden. Dit was echter niet het geval, de geïnterviewde alumni kwamen uit de volgende werkvelden: vluchtelingen zorg (A5), onderwijs (A6, A10), jeugdzorg (A1), ambulante hulpverlening (A2), gehandicaptenzorg (A3, A8, A11), verslavingszorg (A4), arbeidscoaching (A7) en wijkteam (A9).

Grens 3: Hoeveelheid diepte-interviews

We hadden van te voren gekozen voor tien diepte-interviews, omdat we ervan overtuigd waren dat dit voldoende informatie zou opleveren over de behoeften, informatie die aangevuld zou worden met de resultaten van de enquête. We beschreven dat wanneer we gedurende het onderzoek zouden zien dat dit onvoldoende was, we in overleg meer respondenten zouden benaderen.

Uiteindelijk hebben we met elf alumni afgesproken een interview te houden. We hebben ondertussen rekening gehouden met saturatie, ofwel inhoudelijke verzadiging (Baarda, Goede & Teunissen, 2009). Met een kwalitatief onderzoek is het lastig te zeggen wanneer we voldoende informatie hebben vergaard. Daarom hebben we in de periode dat we de interviews uitvoerden, nauwkeurig in de gaten gehouden wanneer er sprake was van inhoudelijke verzadiging. 'Men gaat – als volgens het boekje wordt gewerkt – net zo lang door, maar vooral niet langer, tot zich geen nieuwe inzichten meer voordoen.' (Philipsen & Vernooij-Dassen, 2004). Nadat we tien interviews hadden afgenomen, evalueerden we of we, voor zover we dat konden beoordelen, voldoende antwoord op onze deelvragen hadden. Dit was het geval. Daarom hebben we nog één interview via de mail behandeld en zijn daarna gestart met de verwerking van de informatie.

Door middel van de enquête hebben we een breed beeld gekregen van waar de alumni nu werken en op welke manieren zij bezig zijn met creatief agogische competenties. We hebben gepeild welke alumni behoefte hebben aan ondersteuning, hoe die er volgens hen uitziet en hebben hen daar verder op bevraagd door middel van diepte-interviews.

We hebben gekozen om met een grote doelgroep te beginnen en gedurende het onderzoek in te zoomen, een methode die onze opdrachtgever heeft aangedragen.

Uiteindelijk kunnen we over de reikwijdte (Baarda, 2009) zeggen dat we onder 1340 alumni een enquête hebben uitgezet, die door 101 respondenten is ingevuld, waarvan we bij elf van hen verder hebben doorgevraagd. De getrokken conclusies komen voort uit de antwoorden van deze groep.

H1.5.4 RESULTATEN

Wij hebben onze afstudeeropdracht ingevuld als onderzoek met een onderzoeksverslag, waarbinnen adviezen wat betreft een product vallen. Er is door onze opdrachtgever gevraagd om een onderzoek over de vraag welke ondersteuningsbehoeften er zijn bij alumni rondom het toepassen en funderen van creatief agogische competenties. Wij hebben niet alleen antwoord op de vraag gegeven, maar uit ons onderzoek volgt ook een advies, leidend tot een product waarmee er in die behoeften voorzien kan worden. We startten met het idee van een product dat digitaal kan worden ingevuld (maar dit kan nog veranderen naar aanleiding van wat de alumni aangeven over de vorm van het middel) en door middel van de enquête en interviews verder is gespecificeerd, zoals uitgewerkt in de aanbevelingen. Wij gaan dit product niet zelf realiseren, onze bijdrage houdt op bij het geven van advies.

H1.6 VERANTWOORDING TYPE ONDERZOEK

Onderzoeksvraag: Welke ondersteuningsbehoefte leeft er bij alumni, die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd aan de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede en werkzaam zijn als sociale professional in het veranderende sociale werkveld, omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische competenties?

Dit onderzoek is een kwalitatief onderzoek. Volgens Ben Baarda, Martijn de Goede en Johan Teunissen (2009, p. 34) zijn er binnen kwalitatief onderzoek drie mogelijke soorten onderzoeksvragen: beschrijvend, explorerend en toetsend. Daaruit volgt dan het type onderzoek.

Onze hoofdvraag is in eerste instantie een verkennende vraag (Bil, 2011) en past daarom het best onder *explorerend*. We hebben verkend hoe onze doelgroep op dit moment gebruik maakt van creatief agogische competenties en welke behoeften zij hebben om dit aan te vullen. Volgens Verhoeven (2004) zijn de onderzoeksmethoden die bij een verkennende vraag passen observatie, analyse van bestaande gegevens, enquêtes en interviews. Onze doelgroep is erg breed, waardoor observatie niet goed aansluit en geen antwoord zal geven op de hoofdvraag. De overige passende onderzoeksmethoden hebben we wel gebruikt.

Onze deelvragen:

1. *Welke competenties op het gebied van creatief agogisch werken hebben sociale professionals nodig in het veranderende sociale werkveld?*

Ten eerste hebben we onderzocht welke ontwikkelingen er in de huidige samenleving invloed hebben op de manier waarop creatief agogisch werken wordt ingezet en op welke manier de van sociale professionals gevraagde competenties hierdoor veranderen. Dit is een beschrijvende en verkennende vraag, die we door middel van literatuuronderzoek hebben beantwoord, aangevuld met input vanuit de enquête en de interviews.

2. *Over welke creatief agogische competenties die gevraagd worden vanuit het veranderende sociale werkveld beschikken alumni op dit moment?*

3. *Hoe onderhouden en vergroten alumni hun creatief agogische competenties in het veranderende sociale werkveld?*

Deze vragen zijn verkennend, maar ook verklarend (Verhoeven, 2004): we zijn op zoek gegaan naar de oorzaken en achtergronden van de kennis en vaardigheden op het gebied van creatief agogische competenties van onze doelgroep en gebruikten hiervoor enquêtes, interviews en literatuuronderzoek.

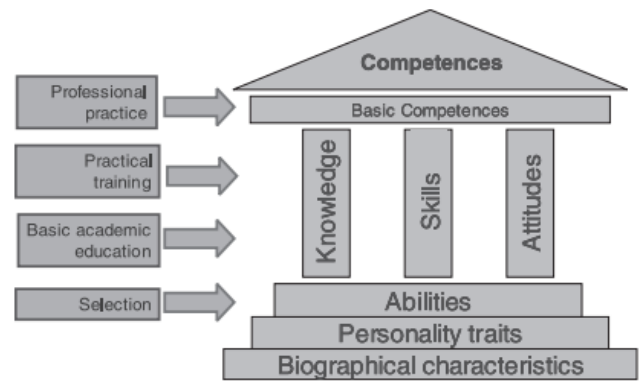
4. *Welke ondersteuningsbehoefte is er onder alumni omtrent aanvulling op het gebied van creatief agogische competenties?*

Tot slot hebben we onderzocht of er behoefte is aan een middel ter ondersteuning van het toepassen en funderen van creatief agogische competenties en zo ja, hoe dat middel er dan uit komt te zien. Dit is een ontwerpende onderzoeksmethode (Verhoeven, 2004). De bevragende onderzoekstechnieken die we hebben gebruikt voor het beantwoorden van deelvraag 2 en 3, hebben we ook gebruikt voor deelvraag 4. Dit wil zeggen dat we deze deelvraag beantwoorden vanuit de uitkomsten van de enquêtes en interviews.

Het model dat we aan hebben gehouden bij het zoeken naar literatuur en het opstellen van de enquête- en interviewvragen, is het competentiemodel van Roe (1999). Roe definieert competentie als 'een verworven vermogen om een taak, rol of missie adequaat uit te voeren' en beschrijft in het model hiernaast wat daarvoor nodig is (2002).

H1.6.1 VERANTWOORDING MODEL

Wij hebben onderzocht welke behoeften er leven onder alumni bij het voldoen aan de competenties die in het veranderende sociale werkveld op het gebied van creatief agogische competenties van hen worden gevraagd.



Figuur 2 Competentiemodel (Roe, 2002)

We hebben daarom gekozen voor een model dat duidelijk maakt wat nodig is 'vermogen te verwerven', in dit geval dat van creatief agogisch werken. In dit model rusten competenties op de volgende onderdelen:

Allereerst start het model met een fundament van persoonlijkheidseigenschappen als karakter, talenten, mogelijkheden, interesses en waarden. Hierop hebben wij ons niet gericht met ons onderzoek.

Daaropvolgend kan, door opvoeding, training, onderwijs en oefening gebouwd worden met:

1. Kennis
2. Vaardigheden
3. Attitude

Door middel van deze bouwstenen worden, volgens het model van Roe, competenties verworven. In de eerste deelvraag hebben we onderzocht welke competenties nodig zijn en begonnen we in het model dus bovenaan. Vervolgens onderzochten we in de tweede en derde deelvraag hoe sociale professionals de benodigde kennis, vaardigheden en attitude verworven hebben en hoe ze deze onderhouden en uitbreiden. Als laatste onderzochten we welke bouwstenen nog missen en waar de behoeften liggen voor ondersteuning. Deze behoefte voor ondersteuning kwam in het model van Roe niet naar voren, daarom hebben wij dit in het aangepaste model meer benadrukt.

Onze opdrachtgever vroeg in de beschrijving van de opdracht om een literatuurstudie van recente literatuur, kwalitatief onderzoek in de vorm van interviews en om veldwerk en onderzoek bij alumni. Hieronder verantwoorden we welke onderzoeksmethoden we hebben gebruikt om een antwoord op de deelvragen te geven. Bij het verzamelen van data hebben we meerdere methoden gebruikt, daarom kunnen we spreken van een *multimethode* (Baarda, Goede & Teunissen, 2009).

H1.7 ONDERZOEKSMETHODE: LITERATUURONDERZOEK

We hebben literatuuronderzoek ingezet om de eerste drie deelvragen van het onderzoek te beantwoorden. De eerste deelvraag behandelt welke competenties op het gebied van creatief agogisch werken sociale professionals nodig hebben in het veranderende sociale werkveld.

Ons doel met deze deelvraag is het duidelijk krijgen wat creatief agogische competenties zijn en welke ontwikkelingen er in de samenleving en zorg spelen die invloed hebben op sociale professionals als het gaat om benodigde creatief agogische competenties.

Dit is een beschrijvende en verkennende onderzoeksvraag, want we hebben verkend welke ontwikkelingen er in het sociale werkveld spelen die invloed hebben op de manier waarop sociale professionals gebruik maken van creatief agogische competenties. Om deze vraag te beantwoorden was het nodig om literatuurstudie te doen naar het begrip creatief agogisch werk. Wat betekent dat? Welke definities zijn er? We hebben hiervoor onder andere de laatste versie van het boek Muzisch-Agogische Methodiek van Dineke Behrend gebruikt en informatie uit toonaangevende boeken over creativiteit.

Ook hebben we verkennend onderzoek gedaan in recente artikelen naar ontwikkelingen in de zorg, waarin we terugvonden in hoeverre creatief agogische competenties een rol spelen. We gebruikten hiervoor diverse krantenbanken, vaktijdschriften (Sozio, Zorg+Welzijn, Maatwerk) en onderzoeksrapporten (via Picarta, Google Scholar, HBO-Kennisbank).

We deden onderzoek naar de verandering van de verzorgingsstaat naar een participatiesamenleving, de verandering van de werkwijze binnen de zorg door de invoering Welzijn Nieuwe Stijl en de transformatie naar een werkwijze waarbij de focus ligt op de eigen kracht van de burger en participatie. Deze veranderingen vragen om andere competenties van de hulpverlener, zoals het versterken van de netwerken en het aansturen op betrokkenheid en participatie, zoals ook besproken in de aanleiding. De begrippen die we als zoektermen hebben gebruikt, zijn te vinden in de begrippenlijst.

Vervolgens hebben we literatuuronderzoek gebruikt om een gedeeltelijk antwoord te vinden op de derde deelvraag, die gaat over hoe alumni hun creatief agogische competenties in het veranderende sociale werkveld onderhouden en vergroten.

We hebben hiervoor (naast ernaar te vragen in enquêtes en interviews) meer op mesoniveau gezocht: in vaktijdschriften en Springer/de Vakbibliotheek.

Ons doel met deze deelvraag was het bespreken welke mogelijkheden sociale professionals al hebben qua kennisbronnen en ondersteuning op het gebied van creatief agogische competenties en in hoeverre zij hier gebruik van maken.

H1.7.1 VERANTWOORDING EN RISICO'S LITERATUURONDERZOEK

We hebben gekozen voor een uitgebreid literatuuronderzoek om deelvraag één (en in mindere mate deelvraag twee en drie) te beantwoorden en op deze manier het onderzoek te starten. We willen een zo volledig mogelijk beeld van wat creatief agogische competenties zijn, omdat we dit in het vervolg van het onderzoek hebben gebruikt als uitgangspunt voor onze enquête- en interviewvragen. Ook hebben we duidelijk gekregen wat er speelt op macroniveau in de samenleving en zorg en hoe dit samenhangt met de manier waarop sociale professionals creatief agogische competenties inzetten. We hebben daarom een onderzoek uitgevoerd naar de ontwikkelingen in het sociale werkveld.

Een risico dat hierbij naar voren kan komen is de hoeveelheid informatie, zeker bij het onderzoeken van ontwikkelingen in het veranderende sociale werkveld. Er is ontzettend veel gaande en we hebben keuzes moeten maken wat van belang is voor het onderzoek en wat niet.

Met dit risico hebben we rekening gehouden door steeds het doel van het onderzoek in de gaten te houden en samen te overleggen welke kant we op willen met het verzamelen van informatie. We hebben ervoor gekozen om ons te beperken tot de in de aanleiding genoemde ontwikkelingen en de ontwikkelingen die door de alumni in de interviews worden genoemd.

H1.8 ONDERZOEKSMETHODE: ENQUÊTES EN INTERVIEWS

We hebben (gestructureerde) digitale enquêtes en semigestructureerde diepte-interviews gebruikt om een antwoord te geven op de tweede, derde en vierde deelvraag.

De tweede en derde deelvraag behandelen over welke competenties die gevraagd worden vanuit het veranderende sociale werkveld alumni van de Academie Sociale Studies op dit moment beschikken en hoe zij deze onderhouden en vergroten.

Ons doel met deze deelvragen was het inzoomen op de doelgroep en vanuit de interviews duidelijk krijgen op welke manier de alumni hun kennis, vaardigheden en houding en daarmee hun competenties op het gebied van creatief agogisch werken nu inzetten en wat zij doen om te kunnen voldoen aan wat het veranderende werkveld van hen vraagt.

Dit zijn verkennende deelvragen onder een grote groep. Daarom hebben wij ervoor gekozen om een enquête uit te zetten onder alumni van de Academie Sociale Studies van de CHE om op die manier onder een relatief grote groep mensen te onderzoeken hoe er gebruik gemaakt wordt van de creatief agogische competenties. Deze enquête had als doel binnen de doelgroep te peilen hoe met creatief agogische competenties wordt omgegaan, waar behoeftes liggen en daarna wie daarover zou willen doorpraten. Onze enquête hebben we afgesloten met de vraag of we contact op mogen nemen voor een diepte-interview.

Vervolgens hebben we de informatie uit de enquêtes en vooral de daarop volgende diepte-interviews gebruikt om de vierde en laatste deelvraag te beantwoorden. Deze deelvraag omvat onderzoek naar de behoeften van alumni van de Academie Sociale Studies ten aanzien van het aanvullen van kennis, vaardigheden en houding op het gebied van creatief agogische competenties.

Ons doel met deze deelvraag was het duidelijk krijgen welke behoeften er leven onder de doelgroep op het gebied van creatief agogisch werken en hoe deze kunnen worden tegemoetgekomen.

Deze vraag is evaluerend, omdat we ons bij deze deelvraag afvragen hoe de creatief agogische competenties die de doelgroep heeft geleerd (onder andere op de CHE) aansluiten op het werkveld en wat nodig is om deze aan te vullen. Deze deelvraag is ook ontwerpend, omdat we onderzoeken wat de alumni van de Academie Sociale Studies van de CHE nodig hebben om de creatieve competenties beter te kunnen toepassen en funderen.

Uit de beantwoording van de laatste deelvraag volgt een advies voor onze opdrachtgever omtrent de behoeften van alumni op het gebied van het aanvullen van kennis, vaardigheden en houding op het gebied van creatief agogische competenties. Wij hebben deze vraag beantwoord door middel van het houden van enquêtes en interviews met de alumni van de Academie Sociale Studies die maximaal vijf jaar gelden hun diploma hebben gehaald en op dit moment werkzaam zijn in de sociale sector.

H1.8.1 VERANTWOORDING EN RISICO'S ENQUÊTES EN INTERVIEWS

We hebben gekozen voor het gebruik van digitale enquêtes om zo efficiënt mogelijk onderzoek uit te voeren onder de grote doelgroep en te kunnen inzoomen op een elftal alumni om een diepte-interview mee uit te voeren. Daarnaast sluit deze onderzoeksmethode aan op een verkennende vraag (Verhoeven, 2004).

Een risico dat bestond bij het uitzetten van enquêtes was de respons. De mogelijkheid was er dat er weinig reacties zouden komen wanneer wij via e-mail contact op namen met de alumni, omdat wij ze niet face-to-face benaderden.

Met dit risico hebben we rekening gehouden door te starten met het benaderen van alle alumni die we via onze opdrachtgever aangereikt kregen. Hoe groter de groep, hoe groter de kans op respons. Daarnaast hebben we de alumni meerdere keren benaderd, we hebben ze twee keer via de mail een herinnering gestuurd. Dit leverde uiteindelijk een groep van 101 respondenten op, waarmee we verder aan de slag konden.

Daarnaast is het risico aanwezig geweest dat wij als hbo-studenten niet in staat zijn om te gaan met de grote hoeveelheid informatie en dataverwerking die verbonden is met het verwerken van een enquête. Enquêtes zijn meestal een manier om kwantitatieve data te verzamelen, terwijl wij kwalitatief onderzoek hebben gedaan.

We hebben daarom gekozen voor het opstellen van heldere enquêtevragen, waarop de antwoorden ook in ons kwalitatieve onderzoek bruikbaar waren. We hebben de enquêtes niet gebruikt om later naar te verwijzen met harde conclusies, maar hebben het puur ter ondersteuning van de informatie uit de interviews en literatuur gebruiken. Ook hielpen de antwoorden op de enquêtes ons om een breder beeld te krijgen van wat er binnen onze doelgroep leeft. De keuzes die we hebben gemaakt omtrent het gebruik van een enquête zijn verder verantwoord in de discussie en evaluatie.

Ook hebben we gekozen voor het gebruik van semigestructureerde diepte-interviews. We hebben een topiclijst opgesteld met mogelijke vragen die we door elf alumni, die naar aanleiding van de enquête hebben aangegeven mee te willen werken, hebben laten beantwoorden. Binnen de interviews was ruimte om door te vragen en aan te vullen, maar de onderwerpen stonden vast.

Hierdoor hebben we uit elk interview antwoorden aan onze deelvragen kunnen koppelen, maar is er ook ruimte gebleven voor eigen toevoegingen en inzichten van de geïnterviewden.

Een risico van interviews binnen deze grote groep was reisafstand en tijd. De mogelijkheid was er dat we veel tijd kwijt zouden zijn aan het reizen, omdat respondenten uit het hele land konden reageren. Met dit risico zijn we omgaan door bewust in te plannen en waar mogelijk en gewenst via de telefoon interviews af te nemen. We hebben uiteindelijk één interview telefonisch, één via de mail en een aantal op de CHE afgenomen. Dit zorgde voor ons niet voor extra reistijd. De overige interviews waren binnen onze planning goed in te passen.

Een tweede risico was dat de alumni die reageerden, misschien niet degenen waren die behoefte hebben aan ondersteuning. Alumni met interesse in creatief agogische competenties zullen sneller reageren op de enquête en vraag om een interview dan alumni met minder interesse, maar die het misschien wel zouden kunnen gebruiken.

Met dit risico is lastig rekening te houden. We hadden voorafgaand aan het onderzoek geen inzicht in wat de alumni nodig hebben en konden daar nog niet op inspelen, omdat dit juist was wat we gingen onderzoeken. De mogelijkheid bestond zelfs dat alumni helemaal geen behoefte hebben aan ondersteuning en er geen opzet voor een middel hoeft te komen. Dit was van tevoren niet in te schatten. Uiteindelijk gaf een deel van de alumni in interviews en enquêtes aan dat zij wel degelijk behoefte hebben aan ondersteuning. De resultaten en uitwerking hiervan zijn te lezen in hoofdstuk 5 van dit onderzoeksverslag.

H1.9 DOCUMENTEREN EN ANALYSEREN VAN DATA

De uitkomsten van het literatuuronderzoek, de interviews en enquêtes hebben we gedocumenteerd in het onderzoeksverslag.

We hebben deze vervolgens geanalyseerd aan de hand van ons onderzoeksmodel en de opgestelde deelvragen, om uiteindelijk de hoofdvraag te beantwoorden. Het onderzoeksmodel hebben we gebruikt om deelvragen en interviewvragen op te stellen en meer inzicht te krijgen in hoe competenties zijn opgebouwd.

De interviews transcribeerden wij en hebben we opgedeeld in fragmenten, waaruit irrelevante informatie is geschrapt. De (genummerde) fragmenten hebben wij gelabeld, waarbij we voor labels kozen die zo dicht mogelijk bij de inhoud van het fragment liggen. Daarna ordenden we de labels en fragmenten onder kernthema's en thema's, die grotendeels te koppelen zijn aan onze opgestelde deelvragen. Wij hebben de kernlabels met onderliggende labels en fragmenten opgenomen in tabellen in het bijgevoegde bronnenboek, dat wij digitaal bij ons verslag zullen inleveren. We gebruikten hierbij het programma 'Microsoft Word'.

HOOFDSTUK 2: CREATIEF AGOGISCHE COMPETENTIES IN HET WERKVELD ANNO 2016

Deelvraag 1: *Welke competenties op het gebied van creatief agogisch werken hebben sociale professionals nodig in het veranderende sociale werkveld?*

INLEIDING

In dit hoofdstuk wordt besproken welke competenties op het gebied van creatief agogisch werken sociale professionals nodig hebben in het veranderende sociale werkveld.

Dit hoofdstuk start met een verantwoording van de term creatief agogische competenties (H2.1). Vervolgens worden de ontwikkelingen in het sociale werkveld besproken (H2.2). Hierin zal beschreven worden in welke context de alumni, de doelgroep van dit onderzoek, zich bevinden.

Tot slot wordt onderzocht welke competenties gevraagd worden van sociale professionals in het veranderende sociale werkveld op het gebied van creatief agogisch werken (H2.3).

Deze deelvraag geeft antwoord op de hoofdvraag in zoverre dat het duidelijk wordt in welke context de doelgroep zich bevindt en welke invloed dit heeft op de creatief agogische competenties die van hen worden gevraagd. Van hieruit kan verder onderzocht worden welke invloed dit heeft op de ondersteuningsbehoefte die al dan niet onder hen leeft.

H2.1 DEFINITIE CREATIEF AGOGISCHE COMPETENTIES

In deze paragraaf worden de definities van de begrippen 'creatief', 'agogisch', 'competentie' en 'creatief agogische competenties' gedefinieerd vanuit literatuur. Dit wordt allereerst uitgewerkt, omdat in de rest van dit hoofdstuk en in het verdere onderzoek deze begrippen veel voor zullen komen.

H2.1.1 DEFINITIE CREATIVITEIT

Creatief agogisch competent bestaat uit de woorden: creatief, agogisch en competent. In deze deelparagraaf wordt het woord creatief besproken.

In dit onderzoek is ervoor gekozen om niet het begrip 'muzisch' te gebruiken, maar 'creatief'. Aan het woord 'muzisch' wordt buiten de sociale sector niet de bredere betekenis gekoppeld van speels en realiteitsoverstijgend. In het woordenboek wordt muzisch bijvoorbeeld omschreven als 'betrekking hebbend op de muzen, op de kunst, met name op het gevoel daarvoor' (Van Dale, 2015). Van Rosmalen (2001), hieronder verder geïntroduceerd, beschrijft dat het woord 'muzisch' in eerste instantie vooral betrekking op 'de schone kunsten' zoals poëzie, beeldende kunsten, dans, drama en muziek terwijl het woord 'creatief' in zichzelf al meer omvat en breder is gericht (op houding, denken en handelen).

Van Rosmalen, HAN-docent Sociaal Pedagogische Hulpverlening (1999) noemt in zijn studieboek Het woord aan de verbeelding (over mogelijkheden van spel en kunstzinnige media voor het sociaal agogisch werk) de betekenis van 'creativiteit' vanuit de etymologie, namelijk: scheppen. Hij schrijft dat iemand die creatief is, iets schept en hij iets tot stand brengt wat er voorheen nog niet was.

Het Van Dale Groot Woordenboek van de Nederlandse Taal (Van Dale, 2015) sluit hierbij aan en noemt daarnaast nog andere kanten:

1. Scheppend: iets bedenken of ontwerpen
2. Vernieuwend: een creatieve oplossing voor een probleem, origineel
3. In mindere mate: als bijdragend aan verbeelding (bijv. een creatief centrum of creatief bezig zijn)



Behrend (2015), verbonden aan hogeschool Windesheim, noemt creativiteit in haar boek Muzisch Agogische Methodiek (over muzische interventies, geschreven voor studenten van sociale studies) 'een in aanleg aanwezige menselijke eigenschap die de mens (verder) kan ontwikkelen' (Behrend, 2015, p. 22) en citeert Brouwer, wetenschapsjournaliste, die zegt 'creativiteit is een voortdurende beweging van gedachten tussen idee-ontwikkeling en evaluatie'. Brouwer noemt creatief denken 'scherpzinnig, origineel, vooruit, grappig zijn en oplossingen zien waar anderen over een probleem struikelen' (Brouwer, 2014). Van Rosmalen (2001) zegt over creativiteit ook dat dit het verlaten van platgetreden paden en het verkennen van alternatieve wegen veronderstelt.

Byttebier, creativiteits-, innovatie- en veranderingsconsulent en schrijver van het boek "Creativiteit: Hoe? Zo!", noemt creatief denken 'het geheel van denkkattitudes, denkvaardigheden, denktechnieken en denkprocessen die de kans op patroondoorbreking, het leggen van nieuwe verbindingen in onze hersenen vergoten (Byttebier, 2002, p.23).'

Volgens Byttebier bestaat een creatief proces uit drie fases: de startfase, de divergerende fase en de convergerende fase.

Ook in het onderzoeksrapport 'De creatieve professional', een onderzoek naar creativiteit in het sociale werkveld, uitgebracht door Hogeschool Windesheim (Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015, p. 20) wordt creativiteit op deze manier omschreven: 'Creativiteit kenmerkt zich onder andere door het vermogen divergerend en convergerend te kunnen denken en handelen.'

Divergeren is verbreden, het onderscheiden van nieuwe oplossingen, manieren, wegen en mogelijkheden, waarna vervolgens door convergeren weer wordt toegewerkt naar een besluit of oplossing.

Tenslotte definieert Ken Robinson, auteur van Out of Our Minds: Learning to be Creative en spreker over creativiteit, het als 'the process of having original ideas that have value' (Robinson, 2015).

Samenvattend kan creativiteit gedefinieerd worden als een menselijke eigenschap die ontwikkeld, geoefend en beoefend kan worden. Het is een beweging, ontwikkeling en proces, divergerend en convergerend. Creatief denken is vernieuwend, scheppend, scherpzinnig, origineel en oplossingsgericht.

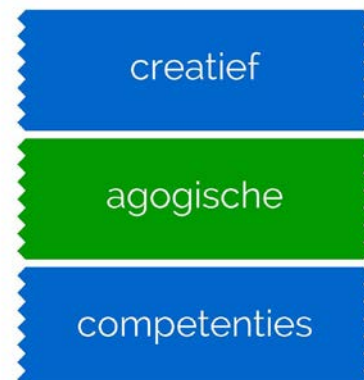
H2.1.2 DEFINITIE AGOGISCH

In deze deelparagraaf wordt het woord agogisch besproken. Het woord agogisch kent meerdere definities. Van Dale beschrijft agogisch als 'betrekking hebbend op het werk ter bevordering van persoonlijk, maatschappelijk en cultureel welzijn' (Van Dale, 2015).

Agogisch is afgeleid van het woord agogiek: 'de leer van het handelen van mensen' of 'theorie van het handelen, systeem volgens hetwelk de agogie verricht wordt.' Agogie betekent: 'het opvoedings- en vormingswerk (zowel op kinderen als volwassenen gericht) met name het beïnvloeden van sociaal gedrag van personen om te komen tot meer persoonlijk, maatschappelijk en cultureel welzijn'(Van Dale, 2015).

Agogisch heeft betrekking op het werk ter bevordering van persoonlijk, maatschappelijk en cultureel welzijn en is afgeleid van de woorden agogiek en agogie. Agogie is de handeling waarmee je sociaal gedrag van personen beïnvloed om te komen tot meer persoonlijk, maatschappelijk en cultureel welzijn en de agogiek is dus de wetenschap, de theorie achter dat handelen.

Behrend (2015, p. 33) noemt agogisch het doelgericht, bewust, systematisch en procesmatig handelen met als doel gerichte invloed uit te oefenen op gewenste veranderingsprocessen. Zij schrijft bovendien 'Agogiek vraagt erom dat de cliënt zich losmaakt uit bestaande en vertrouwde verhoudingen met de omgeving en soms ook dat hij zich losmaakt van zichzelf. Vervolgens kan hij nieuwe persoonlijke zinvolle verhoudingen met de omgeving aangaan.'



Volgens van Rosmalen, schrijver van de Studentenhandleiding Muzisch Agogisch Handelen, is agogiek: 'de leer van het op bewuste, systematische en doelgerichte wijze begeleiden van veranderingsprocessen van mensen' (Rosmalen, 2001, p. 21).

Agogisch in de term 'creatief agogisch competent' betekent samengevat de leer en handeling waarmee je sociaal gedrag van personen beïnvloedt op een doelgerichte, bewuste, systematische en procesmatige manier om te komen tot een verandering die leidt tot meer persoonlijk, maatschappelijk en cultureel welzijn.

H2.1.3 DEFINITIE COMPETENTIE

In deze deelparagraaf wordt het woord competentie besproken. Van Dale omschrijft het woord competentie als 'bevoegdheid tot handelen of tot oordelen' en 'deskundigheid, bekwaamheid, vaardigheid, expertise' (Van Dale, 2015).

Volgens het model van Roe (figuur 1 in H1.6), hoogleraar Organisatietheorie en Organisationsgedrag aan de Universiteit Maastricht, bestaan competenties uit verschillende onderdelen. De basis voor competenties zijn biologische karaktereigenschappen, persoonlijke eigenschappen en capaciteiten. Door middel van scholing, training en stage worden deze persoonlijkheidskenmerken aangevuld met kennis en vaardigheden. Competenties bestaan dus uit persoonlijkheidskenmerken, kennis, vaardigheden en een grondhouding (Roe & Bartram, 2005).



Akkerboom, Beijer en Tuin sluiten met een definitie in hun boek over vraagsturing en competenties aan bij dit model. Zij definiëren competenties als: 'observeerbare, kundige gedragingen, voortkomend uit het samenspel tussen kennis, vaardigheden en karaktereigenschappen, die in een bepaalde situatie en vanuit een bepaalde attitude leiden tot succesvol gedrag' (Akkerboom, Beijer & Tuin, 2009, p. 7). De definitie van Dochy en Nichmans, die in hun boek schrijven over competentiegericht opleiden en toetsen, komt grotendeels overeen met de definities die eerder gegeven zijn. Zij schrijven: 'Een competentie is een geïntegreerd geheel van kennis, inzicht, vaardigheden, houdingsaspecten, persoonlijke opvattingen en persoonskenmerken. Een goed samengestelde set van professionele competenties is een belangrijke waarborg voor verantwoord, doelmatig handelen' (Dochy & Nichmans, 2005, p. 36).

Samenvattend kan het woord competentie op de volgende manier worden gedefinieerd: deskundigheid, bekwaamheid of expertise, opgebouwd uit persoonlijkheidskenmerken, kennis, vaardigheden en grondhouding. Door middel van scholing, training en stage kunnen de kennis, vaardigheden en grondhouding aangevuld worden. Een set professionele competenties kan leiden tot succesvol gedrag en is een garantie voor verantwoord, doelmatig handelen.

H2.1.4 DEFINITIE CREATIEF AGOGISCHE COMPETENTIES

Creatief agogische competenties zijn samengevat de kennis, vaardigheden en grondhouding, waarmee op een bewuste, procesmatige, doelgerichte en systematische manier gebruik wordt gemaakt van een creatief proces van divergeren en convergeren om te komen tot een verandering die leidt tot meer persoonlijk, maatschappelijk en cultureel welzijn.

Een voorbeeld van creatief agogisch werken dat Behrend (2015, p. 94) in haar boek 'Muzisch agogische methodiek' gebruikt: 'Toen een groep verstandelijk gehandicapten erg druk was, gaf de stagiaire iedereen een broodzak om op te blazen en te laten knallen. De drukte werd daarmee wat gekanaliseerd. Bij dezelfde groep werd in een drukke situatie een wedstrijd gedaan wie het langst zijn mond kon houden. De groepsleden gingen al gauw op in het spel, waardoor de sfeer vanzelf veranderde.'



De stagiaire in dit voorbeeld werkt op een creatief agogische manier. Enkele competenties die ze hierbij laat zien zijn:

- *Flexibiliteit; nieuwe oplossingen bedenken; out-of-the-box denken*: Volgens van Rosmalen (2001) veronderstelt creativiteit 'het verlaten van de platgetreden paden en het verkennen van alternatieve wegen'. Behrend (2015) benoemt agogisch werken als 'losmaken uit bestaande en vertrouwde verhoudingen'.
- *Open houding; durf/lef*: Het 'verkennen van alternatieve wegen', wat nodig is voor creativiteit, vraagt om een open houding van durf en lef, volgens sociaal professionals, werkzaam bij Stichting Philadelphia Zorg (van der Heijden, 2016). De stagiaire laat dit zien door een andere aanpak te kiezen dan ze misschien normaal zou doen.
Deze houding is ook nodig voor het agogische aspect van werken aan verandering: de durf om bewust een veranderingsproces op te starten.
- *Ondernemend; oplossingsgericht*: Creativiteit wordt omschreven als 'een creatieve oplossing voor een probleem vinden' (van Dale) en 'oplossingen zien waar anderen over een probleem struikelen' (Brouwer, 2014). Door doelgericht en bewust (Behrend, 2015) naar een oplossing toe te werken, was deze stagiaire ook agogisch bezig.

Bovenstaande competenties kunnen dus creatief agogisch genoemd worden, omdat ze bijdragen aan het inzetten van creativiteit op een doelgerichte, bewuste, systematische manier.

H2.2 ONTWIKKELINGEN IN DE HUIDIGE SAMENLEVING EN ZORG

In deze eerste deelvraag wordt het veranderende sociale werkveld besproken. Deze paragraaf schetst de context waarin de alumni van de Academie Sociale Studies op dit moment werken en de invloed daarvan op de rol van de professional, waaronder de rol van de alumni.

In deze paragraaf worden kort een aantal veranderingen in de wet- en regelgeving van de afgelopen vijf jaar op het gebied van zorg en welzijn besproken (2.2.1). Vervolgens is te lezen op welke manier de visie op hulpverlening is veranderd (2.2.2) en wat dit doet met de competenties die van de sociale professional worden gevraagd (2.2.3). Uiteindelijk wordt besproken wat alumni in de praktijk ervaren van deze veranderingen.

H2.2.1 VERANDERING IN WET- EN REGELGEVING

De zorg verandert. Er wordt gesproken over een maatschappelijke transformatie: 'Van een verzorgingsstaat waarin de overheid veel voorzieningen garandeerde, groeien we naar een maatschappij met meer eigen verantwoordelijkheid en zelfredzaamheid van de burger' (Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015, p. 14). Deze verandering van de klassieke verzorgingsstaat naar een participatiesamenleving met meer eigen verantwoordelijkheden en zelfredzaamheid van de burger leidt tot veranderingen in de wet- en regelgeving. De Algemene Wet Bijzondere Ziektekosten (AWBZ) is bijvoorbeeld op 1 januari 2015 opgesplitst in andere wetten, zoals de Wet Maatschappelijke Ondersteuning (WMO), de Zorgverzekeringswet (ZVW), de Jeugdwet (JW) en de Wet Langdurige Zorg (WLZ). Een deel van de verantwoordelijkheid van de zorg is overgedragen van de landelijke overheid naar de gemeenten (Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015).

H2.2.2 VERANDERING IN DE VISIE OP HULPVERLENEN

Niet alleen de wet- en regelgeving is veranderd. Gezamenlijk zorgen de nieuwe wet- en regelgeving en de veranderde visie voor nieuwe manieren van werken (zoals alumni aangeven in paragraaf 2.2.4). Koning Willem-Alexander zei het al in zijn troonrede van 2013: 'Door het tekort van de overheid, lijkt het erop dat de klassieke verzorgingsstaat langzaam maar zeker verandert in een participatiesamenleving. Van iedereen die dat kan, wordt gevraagd verantwoordelijkheid te nemen voor zijn of haar eigen leven en omgeving' (Rijksoverheid, 2013). Deze omslag naar meer verantwoordelijkheid is te scharen onder een veranderde visie op hulpverlening.

De WMO werkt vanuit de gedachte dat mensen in de eerste plaats een beroep doen op hun eigen kracht en dat hun netwerk een belangrijke rol heeft. 'Dit wordt ook verwacht van mensen met een beperking, mensen met chronisch psychische of psychosociale problemen die vaak langdurige ondersteuning nodig hebben. De gedachte is dat door inzet van het sociale netwerk er minder een beroep gedaan hoeft te worden op gemeenten en professionele hulpverlening. Mensen worden minder afhankelijk van professionele hulp en zorg, inclusie en participatie worden versterkt.

De acht 'bakens' van Welzijn Nieuwe Stijl, een WMO-stimuleringsprogramma gestart door de staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, werden in ruime kring omarmd als richtinggevend kader voor de uitvoering van de WMO' (Gezondheidsraad, 2014).

Welzijn Nieuwe Stijl heeft de volgende acht bakens:

1. Gericht zijn op de vraag achter de vraag;
2. Direct erop af;
3. Gebaseerd op de eigen kracht van de burger;
4. Doordachte balans van collectief en individueel;
5. Formele en informele zorg in optimale verhouding;
6. Integraal werken;
7. Niet vrijblijvend, maar resultaatgericht;
8. Gebaseerd op ruimte voor de professional;

De visie op hulpverlening is hierdoor meer gericht op eigen kracht, de vraag achter de vraag, integraal werken en resultaat. Dit is het kader dat de basis vormt om verdere invulling te kunnen geven aan het werk van de nieuwe professional (Kluft, 2011).

H2.2.3 VERANDERING IN DE COMPETENTIES VAN DE PROFESSIONAL

De nieuwe visie op sociaal werk vraagt om een nieuwe sociale professional die hier op aansluit. Als we het hebben over een nieuwe sociale professional bedoelen we een sociale professional die aansluit op de visie die beschreven is in Welzijn Nieuwe Stijl. In een artikel van Maaïke Kluft, die voor Movisie een 'eerste indruk van de belangrijkste eigenschappen van de nieuwe professional' beschrijft, worden een aantal veranderingen in de eigenschappen van de sociale professional genoemd.



Van de nieuwe sociale professional worden de volgende eigenschappen gevraagd: hij is present en gaat op mensen af, hij is domeingeneralist, werkt vanuit de eigen kracht en werkt vraaggericht. (Kluft, 2011).

Figuur 3 De nieuwe sociale professional, naar (Kluft, 2011)

Deze eigenschappen van de nieuwe professional komen tevens voor in andere bronnen, artikelen in vakbladen waarin is uitgewerkt wat een sociale professional nodig heeft in het veranderende sociale werkveld. De competenties die hierin worden genoemd, worden in deze artikelen gekoppeld aan de eigenschappen 'present zijn', 'domeingeneralist', 'werken vanuit eigen kracht' en 'vraaggericht werken'. De in deze artikelen genoemde competenties worden per eigenschap samengevat in onderstaand schema.

Is present	Is domeingeneralist		Werkt vanuit eigen kracht	Werkt vraaggericht
Het herkennen van kwetsbaarheid en het creëren van kansen voor individuen (Scholte et al., 2012)	Specialistische kennis (Cloïn, 2014)	Samenwerking en afstemming, vanuit een onafhankelijke generalistische positie (Scholte, Sprinkhuizen en Zuithof, 2012)	Wederkerigheid stimuleren (KPMG Plexus, 2013)	Gepastheid (Ewijk, 2014)
Het kunnen zien en creëren van kansen (Scholte et al., 2012)	Open vizier (Cloïn, 2014)	Vakbekwaamheid (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012)	Activering (Ewijk, 2014)	Luisteren naar het verhaal van de burger (Kluft, 2011)
Creativiteit en ondernemende houding (Scholte et al., 2012)	Creativiteit (Cloïn, 2014)	Zelfbewust professioneel (Scholte, Sprinkhuizen en Zuithof, 2012)	Alert zijn op signalen, proactief (Kluft, 2011)	Aansluiten (Kluft, 2011)
	Kennis van heel veel disciplines en gebieden (Ewijk, 2014)	Het vermogen om vertrouwen te winnen (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012)		Zet in op het vergroten van de zelfregie van de burger (Kluft, 2011)
	Goede contactuele eigenschappen (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012)	Doortastendheid (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012)		
	Mededogen en respect voor 'anders zijn' (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012)	Vertrouwen in de mogelijkheden tot verandering, verbetering of stabilisering (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012)		
	Overredingskracht (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012)	Aanhoudende motivering en activering (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012)		
		Geduld (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012)		

Deze verandering in gevraagde competenties, waarin meer de nadruk ligt op een generalistische en presente houding en op eigen kracht- en vraaggericht werken, komt voort uit de nieuwe wet- en regelgeving en nieuwe visie, voornamelijk gebaseerd op de bakens van Welzijn Nieuwe Stijl. Bovenstaande veranderingen worden in de literatuur genoemd. In de volgende paragraaf zal te lezen zijn wat alumni hiervan in hun werk meekrijgen.

H2.2.4 DOOR ALUMNI OPGEMERKTE VERANDERINGEN

Geïnterviewde alumni merken de veranderingen die deze nieuwe wet- en regelgevingen en verandering van visie met zich meebrengen.

Ze benoemen dat ze merken dat er bezuinigd wordt (3.13; A.4.21; A.8.4), er ontslagen vallen (2.15) en de zorg meer vanuit de gemeente wordt geregeld (A.6.8).

'Vooral de bezuinigingen merk je heel erg. Ik werk dus op een best creatieve plek, waar we echt dagbesteding hebben. En je merkt dat er toch heel veel bezuinigingen zijn op dat gebied.' (A.8.4).

Op hun werklocatie merken zij dat er meer gebruik wordt gemaakt van vrijwilligers (A.3.18; A.3.14) en zelfsturende teams (A.3.15).

'Misschien worden sommige dingen iets eerder uitbesteed, je besteedt meer uit aan vrijwilligers' (A.3.18).

Ook zien zij grotere groepen (A.2.16) en ernstiger problematiek (A.4.18).

'Dus je moet langer werken voor minder geld en daarom gooien ze er maar meer kinderen in. En is dat beter voor die kinderen? Ik denk het zelf van niet' (A.2.16).

Dit alles zorgt voor een andere manier van werken. De werkdruk wordt hoger (A.1.6; A.1.22; A.4.17; A.10.12), er is meer stress (A.1.21; A.7.14), minder tijd (A.4.20; A.10.10) en minder aandacht (A.10.11; A.10.13).

'Ik merk vooral heel veel meer werkdruk. Wij hebben momenteel een uitval van 26% langdurig ziekteverzuim, dat is heel erg hoog. Heel veel mensen overspannen of langdurig lichamelijke klachten wat eigenlijk ook weer vanuit hun spanning voortkomt' (A.1.6).

Ook worden er positieve gevolgen genoemd. Alumni noemen dat ze meer uit kunnen proberen en meer mogelijkheden hebben (A.3.15; A.2.18), meer gebruik maken van eigen kracht (A.2.16) en doelbewuster de omgeving inzetten (A.2.13).

'Bij ons hebben ze zo iets als zelfsturende teams, hebben ze de managementlaag eruit gehaald, dus de teams zelf. Wat ook wel leuk is waardoor je misschien zelf als invalkracht ook meer ruimte krijgt om dingen uit te proberen' (A.3.15).

Samenvattend kunnen we dus zeggen dat het sociale werkveld de afgelopen vijf jaar veranderd is. De wetgeving is veranderd en de visie op hulpverlening is veranderd. Dat vraagt om een nieuwe sociale professional die bij die visie aansluit. Om aan te sluiten op de nieuwe visie heeft de sociale professional andere competenties nodig, zoals ook de alumni al merken in hun eigen werk.

In de volgende paragraaf (H2.3) wordt besproken wat deze veranderingen doen met de creatief agogische competenties. Zeker naar aanleiding van de invoering van Welzijn Nieuwe Stijl, wijkteams en de vraag naar generalisten, worden competenties als flexibiliteit, originaliteit en ondernemend zijn steeds vaker gevraagd. Vanuit grotendeels dezelfde bronnen (Cloïn, Scholte e.a.) worden deze gevraagde competenties gekoppeld aan creativiteit.

H2.3 CREATIEF AGOGISCHE COMPETENTIES DIE NAAR AANLEIDING VAN DE ONTWIKKELINGEN WORDEN GEVRAAGD

H2.3.1 CREATIVITEIT ALS EEN OP ZICHZELF STAANDE COMPETENTIE

Aansluitend op de voorgaande paragraaf, waarin werd besproken wat er in het sociale werkveld is veranderd en hoe dit invloed heeft gehad op de rol en competenties van de sociale professional, wordt in deze paragraaf onderzocht hoe creativiteit past binnen en aansluit bij de competenties die van de nieuwe sociale professional worden gevraagd. Eerst wordt de vraag vanuit het werkveld naar creativiteit als op zichzelf staande competentie onderzocht, waarna gekeken zal worden naar creativiteit als onderdeel van andere gevraagde competenties.

Allereerst wordt regelmatig letterlijk om creativiteit gevraagd. Dat blijkt onder andere uit de volgende bronnen. Creativiteit wordt gevraagd van professionals in een wijkteam (Cloïn, 2014), evenals van 'de generalist', een term voor een sociaal werker die de laatste jaren in opkomst is geraakt, zoals ook in voorgaande paragraaf is besproken. Scholte (2012), lector maatschappelijk werk aan hogeschool InHolland en werkzaam bij Movisie, noemt dat voor een generalist creativiteit nodig is om nieuwe mogelijkheden te scheppen. Ook stelt ze dat er 'wordt gepleit voor een integratief eclectische benadering waarbij maatschappelijk werkers creativiteit inzetten' (2010, p. 67).

In de competentieprofielen gehandicaptenzorg en GGZ ervaringsdeskundigheid wordt specifiek om creativiteit gevraagd (Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015). Ook Kenniscentrum voor langdurige zorg Vilans (2014) noemt dat in de omgang met cliënten en hun netwerk de vaardigheid creativiteit van sociale professionals wordt verwacht.

In het boekje 'De creatieve professional: met afstand het meest nabij' (LOO-SPH, 2014) draagt creativiteit bij aan de opleidingskwalificatie 'hanteren van de relatie' (p. 26). Ook in de naam van dit boekje legt het Landelijk Opleidingsoverleg Sociaal Pedagogische Hulpverlening (LOO-SPH) al de nadruk op het belang van creativiteit in de opleiding tot sociaal professional.

Als laatste noemt ook Behrend (2015) dat onder andere creativiteit een tool is om inventief om te gaan met 'datgene wat de toekomst ons brengt' (p. 41).

H2.3.2 CREATIVITEIT ALS ONDERDEEL VAN ANDERE COMPETENTIES

Naast creativiteit noemt Behrend (2015) ook de tools 'divergent denken, zelfbewustzijn en zelfreflectie' om te kunnen anticiperen in een veranderende samenleving.

'Elke situatie vraagt om maatwerk. (...) Maatwerk vraagt om verbeeldingskracht, inventiviteit en een onorthodoxe aanpak' (p. 41). Deze competenties verbindt ze aan creativiteit, omdat de professional creatief naar oplossingen zal moeten zoeken.

Op deze manier sluiten veel gevraagde competenties, die niet letterlijk creatief worden genoemd, wel aan bij creativiteit en de definitie daarvan zoals deze al eerder in dit hoofdstuk is beschreven.

Onderstaande competenties zijn meerdere keren in vakbladen, opleidings- en competentieprofielen beschreven en sluiten aan bij creativiteit, zoals per competentie kort is beschreven.

Ze sluiten daarnaast aan bij het 'agogische' aspect, omdat, wanneer ze doelbewust en procesmatig door sociale professionals worden ingezet, ze leiden tot verandering en bevordering van het persoonlijk, maatschappelijk of cultureel welzijn.

We hebben gekozen de beroepscompetentieprofielen van de gehandicaptenzorg, GGZ ervaringsdeskundige en GZ-vaktherapeut mee te nemen in de bespreking van de competenties, omdat in deze profielen letterlijk en concreet om competenties die nodig zijn in het sociale werkveld wordt gevraagd.

➤ *Eigen plan durven trekken*

‘Het durven trekken van een eigen plan’ wordt gevraagd van professionals in een wijkteam (Cloin, 2014).

Deze competentie sluit aan bij ‘creativiteit’, omdat het trekken van een eigen plan vernieuwend en scheppend is en daarnaast vaak oplossingsgericht.

In de enquête die door 101 alumni is ingevuld, noemen 60 van hen (59,4%), dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om een eigen plan te durven trekken.

In de interviews wordt door de respondenten niet letterlijk ‘eigen plan durven trekken’ genoemd. Wel komt regelmatig het thema naar voren wanneer zij het hebben over welke creatief agogische competenties van hen worden gevraagd. Ze geven aan te moeten kunnen uitproberen (A.1.35; A.3.30; A.4.15; A.8.15), doelgericht te moeten zijn (A.4.23; A.5.7; A.7.24; A.1.1.6), zelfstandig te moeten kunnen interveniëren (A.1.12; A.6.9; A.3.17), ideeën te moeten kunnen verzinnen (A.2.17; A.9.14) en het dan ook gewoon te dóen (A.4.68; A.5.16).

➤ *Flexibiliteit, meebewegen*

Flexibiliteit wordt van ervaringsdeskundigen en jeugdzorgwerkers specifiek in beroepscompetentieprofielen gevraagd (Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015).

‘Er wordt gepleit voor een integratief eclectische benadering’ waarbij maatschappelijk werkers flexibiliteit inzetten (Scholte, 2010). Ook wordt ‘meebewegen’ als noodzakelijk voor sociale professionals genoemd in een artikel uit Sozio over sociale professionals over hun dagelijks werk (Brok & Vollbracht, 2014).

Deze competentie sluit aan bij ‘creativiteit’, omdat flexibiliteit past bij het openstaan voor alternatieve wegen.

In de afgenomen enquête noemen 84 van de 101 alumni (83,2%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om flexibel te zijn en te kunnen meebewegen. In vergelijking met de andere competenties, wordt deze door een grote meerderheid aangegeven.

In de interviews geven alumni regelmatig aan dat ze moeten kunnen meebewegen. Zij noemen dit dan aanpassen (A.5.15; A.5.44; A.9.16), aansluiten (A.2.17, A.4.14; A.4.16; A.9.15; A.10.40) en passend kunnen werken (1.16; A.4.10; A.4.68; A.5.29; A.9.43; A.9.45; A.9.57). Één persoon geeft aan dat flexibiliteit op dit moment van hem wordt gevraagd: ‘*Het enige wat ik daarop kan zeggen is dat ik binnen mijn bedrijf merk dat we flexibeler moeten worden*’ (A.7.11).

➤ *Innoverend vermogen*

In de beroepscompetentieprofielen van de gehandicaptenzorg, ervaringsdeskundige en GZ-vaktherapeut wordt innovativiteit genoemd (Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015) en (GGZ Nederland, 2012). Daarnaast is ‘innoveren’ een opleidingskwalificatie van de SPH’er volgens ‘De creatieve professional, met afstand het meest nabij (LOO-SPH, 2014). Ook wordt ‘innoverend vermogen’ gevraagd in een profiel voor de nieuwe sociaal werker van de gemeente Amsterdam (Zuithof, 2014). Deze competentie sluit aan bij ‘creativiteit’, omdat innovatie samenhangt met originele ideeën; vernieuwend en oplossingsgericht is.

In de afgenomen enquête noemen 43 van de 101 alumni (42,6%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om innoverend vermogen te hebben.

Ook in de interviews komt naar voren dat dit een competentie is die van sociale professionals wordt gevraagd, zij het in mindere mate dan veel andere competenties. Ook wordt ‘innoveren’ door geen enkele geïnterviewde letterlijk genoemd. Wel noemen zij, hierop aansluitend, dat zij zichzelf moeten kunnen ontplooien (A.8.13), ideeën moeten kunnen verzinnen (A.2.17; 9,14), een creatief programma in elkaar moeten kunnen draaien (A.5.21) en hiervoor een mindset nodig hebben om dingen anders te willen doen (A.10.6).

➤ *Ontwikkelingsgericht/kunnen ontwikkelen*

‘Iemand die zich kan ontwikkelen’ wordt gevraagd vanuit diverse vacatureteksten voor sociaal werkers.

‘Zelfontwikkeling’ staat in een profiel voor de nieuwe sociaal werker van de gemeente Amsterdam (Zuithof, 2014).

Deze competentie sluit aan bij ‘creativiteit’, omdat creativiteit scheppend en ontwikkelend is.

In de afgenomen enquête noemen 64 van de 101 alumni (63,4%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om innoverend vermogen te hebben.

Hoewel deze competentie dus door een meerderheid van respondenten van de enquête wordt genoemd, komt deze in de interviews nauwelijks naar voren. ‘Kunnen ontwikkelen’ wordt genoemd in de zin van ‘jezelf

ontplooiën' (A.8.13). Over ontwikkelingsgericht zijn, zegt een geïnterviewde: *'Een mindset om dingen anders te willen doen'* (A.10.6).

➤ *Nieuwe oplossingen bedenken*

'De huidige omslag vraagt om innovatieve oplossingen' volgens een artikel uit Sozio over innovatieve manieren van sociaal werken (Stomp, 2014) en de professional zal 'op zoek moeten naar onconventionele oplossingen' (Boer, 2014) volgens een artikel uit Zorg + Welzijn over sociale professionals in het tijdperk na de verzorgingsstaat.

Ook in de beroepscompetentieprofielen van de ervaringsdeskundige en GZ-vaktherapeut wordt ook oplossingsgerichtheid genoemd (Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015; GGZ Nederland, 2012). De opleidingskwalificatie 'oplossingsgericht' wordt door het LOO-SPH beschreven (LOO-SPH 2014). Deze competentie sluit aan bij 'creativiteit', omdat creativiteit wordt omschreven als vernieuwend en oplossingsgericht.

In de afgenomen enquête noemen 70 van de 101 alumni (69,3%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om nieuwe oplossingen te kunnen bedenken.

Deze creatief agogische competentie is ook door vier geïnterviewden (van de elf) letterlijk genoemd (A.7.13; A.8.5; A.8.6; A.9.14; A.10.8). *'Zelf ook met allerlei ideeën en oplossingen komen, dat wordt wel van je verwacht'*, noemde iemand (A.9.14).

➤ *Ondernemen*

In de beroepscompetentieprofielen van de GZ-vaktherapeut en GGZ-agoog wordt 'is ondernemend' als competentie genoemd (GGZ Nederland, 2012; Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015) en ook het LOO-SPH vraagt van een SPH-er dat deze ondernemend is (LOO-SPH, 2014). 'Kansen zien en creëren vergt een grote creativiteit en ondernemende houding van de presentiewerker' (Scholte, 2012). Deze competentie sluit aan bij 'creativiteit', omdat creatief wordt omschreven als scherp, oplossingsgericht en het hebben van waardevolle ideeën.

In de afgenomen enquête noemen 50 van de 101 alumni (49,5%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om te kunnen ondernemen.

Bijna de helft van de respondenten noemt dit, relatief weinig in vergelijking met de andere competenties. Ook in de interviews kwam dit onderwerp weinig naar voren. Twee van de elf geïnterviewden noemen dat van hen wordt gevraagd om ideeën te kunnen verzinnen (A.2.17; A.9.14) en een ander noemt dat ze een situatie moet kunnen creëren (A.4.7).

➤ *Origineel/out-of-the box denken*

In het competentieprofiel van een generalist, opgesteld door Wijland Coaching in opdracht van de Rijksoverheid, wordt gevraagd dat deze 'out of the box' kan denken (Goede & Wijland, 2012). Ook in het blad Sozio wordt in een artikel over integraal sociaal werk genoemd dat studenten moeten leren out of the box te denken en dat wordt gekeken 'of iemand een originele denker is' (Zuithof, 2014). Deze competentie sluit aan bij 'creativiteit', omdat creatief als origineel, scheppend en vernieuwend wordt omschreven, evenals het verlaten van gebaande paden.

In de afgenomen enquête noemen 64 van de 101 alumni (63,4%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om origineel te denken.

Ook in de interviews noemen vijf van de elf geïnterviewden letterlijk dat van hen wordt gevraagd om out-of-the-box te kunnen denken (A.1.28; A.4.15; A.5.8; A.8.6; A.9.13). *'Out-of-the-box kunnen denken sowieso is heel erg belangrijk.'* (A.5.8). Ze noemen in dit kader ook dat 'creatief denken' van hen wordt gevraagd (A.1.18; A.1.28).

➤ *Ontwerpen*

‘Ontwerpen van programma’s’ is een opleidingskwalificatie van de SPH’er volgens ‘De creatieve professional, met afstand het meest nabij (LOO-SPH, 2014).

Deze competentie sluit aan bij ‘creativiteit’, omdat ontwerpend samenhangt met scheppend, vernieuwend en origineel.

In de afgenomen enquête noemen 20 van de 101 alumni (19,8%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om te kunnen ontwerpen.

Dit wordt dus relatief weinig genoemd, iets wat ook in de interviews opviel. ‘Ontwerpen’ als competentie komt geen enkele keer letterlijk naar voren. Wel geven geïnterviewden aan dat zij in staat moeten kunnen zijn om iets laagdrempelig te organiseren (A.4.12) en een creatief programma in elkaar te draaien (A.5.21).

➤ *Experimenteren*

In een sociaal wijkteam is ‘gewoon uitproberen’ van belang (Cloin, 2014). Ook wordt genoemd dat leidinggevendende hulpverleners de vrijheid moeten geven om ‘dingen uit te proberen’ (Stomp, 2014).

Deze competentie sluit aan bij ‘creativiteit’, omdat experimenteren, aansluit bij het verlaten van gebaande paden, het proces van divergeren en convergeren en patroondoorbreking.

In de afgenomen enquête noemen 34 van de 101 alumni (33,7%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om te kunnen experimenteren.

Hoe geïnterviewden dit regelmatig noemen, is ‘uitproberen’ (A.1.35; A.3.30; A.4.15; A.8.15) en ‘gewoon dóen’ (A.4.68; A.5.16). *‘Je moet soms ook dingen proberen’* (A.4.15).

➤ *Samenwerken*

‘Samenwerken’ staat in een profiel voor de nieuwe sociaal werker van de gemeente Amsterdam (Zuithof, 2014). ‘Professioneel samenwerken’ is een opleidingskwalificatie van de SPH’er volgens ‘De creatieve professional, met afstand het meest nabij (LOO-SPH, 2014).

Deze competentie is niet zo direct creatief als de andere competenties. Toch wordt ‘samenwerken’ wel vaak in combinatie met andere creatief agogische competenties als flexibiliteit, oplossingsgericht en ontwikkelingsgericht genoemd. Ook Dineke Behrend (2015) noemt muzisch agogisch samenwerken binnen een team, waarbij het doel teamontwikkeling is en hier manieren van muzisch werken voor worden ingezet. In de interviews kwam deze competentie niet naar voren, behalve in de noodzaak om elkaar te prikkelen (A.8.17). In de enquête noemde één respondent dat deze in een zelfsturend team werkt en hierin creatief agogische competenties nodig heeft.

Extra competenties, voortgekomen uit de interviews:

➤ *Doelgericht zijn*

Door vier van de elf geïnterviewden wordt ‘doelgericht’ als creatief agogische competentie genoemd.

‘En je moet ook heel goed bedenken wat nou precies het doel is en waarom je ergens aan werkt en waar je met iemand heen wilt.’ (A.4.23); *‘Iets in kunnen zetten om iets te bereiken’* (A.5.7).

Dit kunnen we een creatief agogische competentie noemen, omdat het nodig is om creativiteit agogisch in te kunnen zetten. Ook Behrend (2015, p. 162) noemt dit in haar boek: *‘Muzisch agogisch handelen is een doelgerichte sociale interventie (..) ‘Dat stukje agogisch dat is dus het doelbewust inzetten en daar heb ik dan wel voor nodig dat ik weet wat het doel is, ja. Dat ik hoor van iemand van die kant gaan we op, hoe wil jij daarmee omgaan? Hoe ga je dat doen?’* (A.7.24). *‘Ook wordt er van mij gevraagd om creatief te zijn in het opstellen van doelen’* (A.11.6).

➤ *Bewust zijn*

Door drie van de elf geïnterviewden (A.4.9; A.4.29; A.8.13; A.8.21; A.10.16) wordt gezegd dat het nodig is bewust te zijn van de manieren waarop je middelen of vaardigheden inzet. *‘Maar ik denk dat het vooral is dat je heel erg bewust bent van hoe je dingen kunt inzetten in je gewone werkzaamheden’* (A.4.9). Net als bij ‘doelgericht zijn’, is ook ‘bewust zijn’ nodig om creativiteit agogisch in te kunnen zetten. ‘Agogisch werken’ is volgens Behrend (2015, p. 162) altijd bewust. Ook noemt zij ‘muzisch werken’ reflectief en zegt ze dat reflectie zorgt voor bewustzijn (p. 87).

In de interviews is regelmatig het begrip 'competenties' opgedeeld in kennis, vaardigheden en houding. Geïnterviewden geven meerdere keren aan dat het hebben van kennis van hen wordt gevraagd. Ze noemen met name zelfkennis (A.1.14) en kennis van de cliënt en diens ontwikkeling (A.1.27; A.1.35; A.3.26; A.3.29; A.11.11). Ook kennis van vaardigheden (A.3.27; A.4.63) en van gesprekstechnieken (A.11.10) worden als belangrijk ervaren.

Extra competenties, voortgekomen uit de enquête:

➤ *Muzisch interveniëren*

In de afgenomen enquête noemen 39 van de 101 alumni (38,6%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om op een muzische manier te kunnen interveniëren.

Behrend (2015, p. 81) noemt dit 'met behulp van een methode of methodiek intervenieer je in het ontwikkelingsproces van de cliënt. Je probeert doelgericht een verandering op gang te brengen'. Vanuit het werkveld wordt gevraagd dat sociale professionals bewust muzische interventies in kunnen zetten: 'Belemmeringen vragen om hulp- en dienstverlenende interventies en verbindende vaardigheden, om toe te leiden naar andere hulp- en dienstverleners en voorzieningen' (Scholte, Sprinkhuizen & Zuithof, 2012) en 'Sociale professionals gebruiken humor als interventie' (Brok & Volbracht, 2014). Dit sluit ook aan op wat geïnterviewden ervaren: bewust middelen (A.5.26) of vaardigheden (A.1.12; A.6.9; A.3.17) te moeten inzetten.

➤ *Mogelijkheden zien en creëren*

In de afgenomen enquête noemen 78 van de 101 alumni (77,2%) dat van hen als sociale professional wordt gevraagd om mogelijkheden te zien en te creëren.

In het competentieprofiel van een generalist (Goede & Wijland, 2012) wordt gevraagd dat hij praat in termen van mogelijkheden in plaats van problemen en in het competentieprofiel van een ervaringsdeskundige (Dekker, Oldeboom & Steenhuis, 2015) wordt om het zoeken en vinden van nieuwe mogelijkheden gevraagd. Volgens het kader voor hogere sociaal-agogische opleidingen, Vele takken, één stam (2008) heeft een sociaal werker zicht op maatschappelijke kansen en mogelijkheden.

De geïnterviewden noemen dit niet zo letterlijk. Wel benoemt iemand dat er van haar wordt gevraagd om een situatie te kunnen creëren als dat nodig is (A.4.7).

Afsluitend

Deze lijst is niet compleet, maar schetst een beeld van wat vanuit de samenleving wordt gevraagd aan competenties die aansluiten bij creatief werken. Aan de hand van enquêtes en interviews met alumni is getoetst of zij dit ook zo ervaren en is hen gevraagd deze lijst aan te vullen.

Er kan gezegd worden dat in de huidige samenleving direct en indirect van sociale professionals wordt gevraagd dat ze creatief werken en creativiteit agogisch inzetten. Zeker naar aanleiding van de invoering van Welzijn Nieuwe Stijl, wijkteams en de vraag naar generalisten, worden competenties als flexibiliteit, originaliteit en ondernemend zijn steeds vaker gevraagd.

SAMENVATTING

De deelvraag die in dit hoofdstuk wordt behandeld is: Welke competenties op het gebied van creatief agogisch werken hebben sociale professionals nodig in het veranderende sociale werkveld?

In het sociale werkveld is de wetgeving veranderd. De AWBZ is verdeeld in de WMO, ZW, JW en de WLZ. De nieuwe WMO is gebaseerd op een nieuwe visie, zoals beschreven is in de acht bakens van WNS. Deze nieuwe visie vraagt om nieuwe competenties van de sociale professional. Competenties worden in de literatuur gedefinieerd als de kennis, vaardigheden en grondhouding van de sociale professional. Door de veranderingen in het sociale werkveld worden er nieuwe competenties gevraagd van de sociale professional. De nieuwe sociale professional is present, is een (domein)generalist, werkt vanuit de eigen kracht en werkt vraaggericht. Onder de nieuwe competenties vallen ook creatief agogische competenties. Vanuit diverse bronnen worden creatief agogische competenties gedefinieerd als de kennis, vaardigheden en grondhouding waarmee op een bewuste, procesmatige, doelgerichte en systematische manier gebruik wordt gemaakt van een creatief proces van divergeren en convergeren om te komen tot een verandering die leidt tot meer persoonlijk, maatschappelijk en cultureel welzijn. Creatief agogische competenties die vanuit de literatuur worden gevraagd, zijn onder andere: eigen plan durven trekken, flexibiliteit en meebewegen, innoverend vermogen, ontwikkelingsgericht, nieuwe oplossingen bedenken, ondernemen, out-of-the-box denken, ontwerpen, experimenteren en samenwerken. Samenvattend is vanuit de literatuur te zeggen dat sociale professionals bovenstaande competenties op het gebied van creatief agogisch werken nodig hebben in het veranderende sociale werkveld.

Alle competenties die in de literatuur naar voren zijn gekomen zijn in meer of mindere mate door de alumni herkend, zoals aangegeven in de enquête en de interviews. Ook hebben zij de volgende competenties nog als aanvulling genoemd: doelgericht zijn, bewust zijn, muzisch interveniëren en mogelijkheden zien en creëren.

Deze deelvraag heeft antwoord op de hoofdvraag gegeven in zoverre dat de context waarin de doelgroep zich bevindt duidelijk is geworden en welke competenties in dit sociale werkveld van hen worden gevraagd. In het volgende hoofdstuk (H3) wordt verder duidelijk op welke manieren zij deze en andere competenties inzetten in de praktijk.

HOOFDSTUK 3: GEBRUIKTE COMPETENTIES

Deelvraag 2: Over welke creatief agogische competenties die nodig zijn in het veranderende sociale werkveld beschikken alumni op dit moment?

INLEIDING

In dit hoofdstuk wordt besproken op welke manier alumni hun kennis, vaardigheden en houding op het gebied van creatief agogisch werken inzetten en gebruiken in het werkveld.

Via 101 ingevulde enquêtes en elf afgenomen interviews hebben alumni aangegeven in hoeverre en op welke manieren zij hier vorm aan geven.

Dit hoofdstuk start met korte visie vanuit enkele artikelen op door sociaal professionals ingezette creatief agogische competenties (H3.1). Hierna volgt een overzicht van op welke manier alumni, zoals zij zelf aangeven in de enquête en interviews, middelen en materialen inzetten op het werk en welk effect dit heeft (H3.2). Hierna wordt dit gekoppeld aan creatief agogische competenties, zowel degene die al eerder zijn genoemd in de literatuur (H3.3.1 en H3.3.2) als de competenties die door alumni zelf zijn aangegeven (H3.3.3).

Deze deelvraag geeft antwoord op de hoofdvraag in zoverre dat dat alumni creatief agogische competenties inzetten in hun werk. Uit hoofdstuk 5 zal blijken of er binnen deze ingezette competenties geen behoefte meer ligt, of dat alumni hier toch ook graag meer in ondersteund willen worden. Tenslotte wordt in dit hoofdstuk (H3) duidelijk op welke manieren creativiteit al wordt ingezet en waar de interesses en kwaliteiten van de alumni liggen.

H3.1 LITERATUUR

Vanuit de literatuur worden er enkele competenties benoemd die te koppelen zijn aan creativiteit en waar maatschappelijk werkers over beschikken. Lies Schilder, directrice van de Nederlandse Vereniging van Maatschappelijk Werkers (NVMW) zegt in een interview in Maatwerk: 'In de interactie met elkaar zijn ze zorgzaam en denken ze creatief en constructief mee. Zo komen ze vaak tot veelzijdige en rake oplossingen' (Terlouw & Schilder, 2013).

Marco Brok en Eveline Vollbracht noemen in *Sozio sociaal professionals* 'authentiek betrokken, creatieve meebewegers.' Ze wijzen hiermee naar de ethiek, empathie en creativiteit van de sociale professional: 'Sociale professionals laten in de verhalen zien dat zij niet snel bij de pakken neerzitten. Elke situatie kent een aanpak, standaardantwoorden zijn er niet en meebewegen is noodzakelijk. Telkens moet er overwogen worden wat zorgvuldige en passende hulpverlening is. Daarin zijn sociale professionals creatief en zien zij mogelijkheden te over' (Brok & Vollbracht, 2014, p. 32).

Samengevat worden de volgende competenties herkend: zorgzaamheid, creativiteit, constructief, komen tot oplossingen, niet bij de pakken neerzitten, inspelen op de situatie, meebewegen, passende hulp bieden, mogelijkheden zien.

H3.2 VOORBEELDEN VAN CREATIEF AGOGISCH WERKEN

Welke creatief agogische competenties sociale professionals inzetten komt tot uiting in hun dagelijks werk. Zelf kunnen zij hier talloze voorbeelden van noemen.

In de elf interviews gaven alumni antwoord op de vraag op welke (concrete) manieren zij creatief agogisch werken inzetten in de praktijk.

Dit waren de meest voorkomende antwoorden:

- Muziek (A.2.6; A.4.31; A.3.19; A.9.44; A.10.14)

'En ik zet soms ook wel bewust soms ergens muziek aan om gewoon even de sfeer neer te zetten' (A.4.31).

- Gesprekstechnieken (A.2.2, A.2.4; A.3.42; A.9.55)

'Je hebt tegenwoordig ook heel veel LVB-cliënten, en die snappen soms ook niet heel goed waar je het over hebt als je in gesprek bent, dus daar moet je ook heel speels mee omgaan. Dan ga ik toch ook wel een beetje met tekeningetjes werken en dingen uitleggen op papier, het inzichtelijk maken voor cliënten' (A.9.55; A.9.56).

- Koken (A.3.8; A.3.22; A.6.13)

'En af en toe inderdaad gewoon wat privé-aandacht door met ze te koken of zo dat werkt natuurlijk ook om vaardigheden te blijven stimuleren' (A.3.22).

- Taal (A.5.9; A.5.50; A.9.21)

'Ik denk dat ik het vooral gebruik in de taal, in metaforen en dit soort verhaaltjes, ook in vergelijkingen' (A.9.21).

- Sport (A.7.30; A.5.2; A.5.20)

'Of je pakt even een voetbal erbij en je doet één trucje en zeg je tegen die jongen 'hee, laat jij even een trucje zien!' Die laat dan een trucje zien en op een gegeven moment staat iedereen eromheen en dan heb je de situatie omgebogen van heel spannend naar een leuke situatie' (A.5.20).

- Kleuren, knutselen (A.3.20; A.9.22)

'En ik ben degene die, als er wordt gefröbeld, ben ik degene op de groep die dat doet. Dan moet er even een kaart voor iemand worden gemaakt..' (A.3.20).

- Playmobil (A.2.3; A.11.12)

'Legopoppetjes gebruik ik bijvoorbeeld vaak om een netwerk/systeem in kaart te brengen. Sommige jongeren vinden dit super kinderachtig terwijl dit bij anderen juist goed aansluit' (A.11.12).

- Spel (A.2.8; A.10.31)

'Wat we ook nog wel toepasten was het kwaliteitenspel. Dus dan gebruik je een spel. Maar dat was ook wel een middel dat ook wel goed hielp' (A.10.31).

- Levenslijn (A.5.48; A.10.27).

'Ik heb het niet heel erg bewust ingezet, maar wat wel overeenkomt is levenslijn maken. Dan liet ik een klant, liet ik een levenslijn maken van nul tot en met zestig. En dan liet ik diegene het mooiste moment opschrijven en de beroepen die die had. Kwam er uiteindelijk best wel heel erg uit wat heel typerend is voor die persoon' (A.10.27).

Deze interventies hadden volgens de sociale professionals als effect dat er meer rust op de groep of bij de cliënt ontstaat (A.3.12; A.10.21; A.10.26) en diens gevoel van eigenwaarde groter wordt (A.3.10; A.5.13), net als diens zelfvertrouwen (A.10.21).

Ook helpen deze interventies bij het contact maken met de ander (A.4.33; A.9.46) en het neerzetten van een positieve sfeer (A.19; A.5.14).

'Vaak is het toch wel contact maken, dat je die relatie wilt houden en dat je ook wat contact hebt gewoon van mens tot mens in plaats van dat je iemand nodig hebt omdat je een paar vragen moet invullen of omdat je dingen moet regelen. Dat je puur even gewoon wat leuks kan doen met elkaar' (A.4.33).

Samengevat zetten de geïnterviewde alumni de volgende manieren en werkvormen het meeste in: muziek, gesprekstechnieken, taal, sport, kleuren en knutselen, Playmobil, spel, maken van een levenslijn. Wanneer zij deze manieren en werkvormen inzetten, merken zij de volgende effecten bij de cliënt(en): meer rust, groter gevoel van eigenwaarde, meer zelfvertrouwen. Ze merken dat ze op deze manieren contact kunnen maken met de ander en een positieve sfeer neer kunnen zetten.

In deze paragraaf (H3.2) zijn de manieren van werken nog niet expliciet gekoppeld aan de in het voorgaande hoofdstuk genoemde competenties, maar worden vooral voorbeelden getoond van hoe alumni bewust creatief bezig zijn in hun dagelijks werk en sturen naar een effect. In de volgende paragraaf (H3.3) zal de koppeling met de creatief agogische competenties uitgebreider naar voren komen. Hierin zullen de alumni aangeven welke creatief agogische competenties zij inzetten. De in paragraaf 3.3 genoemde manieren van werken zullen voornamelijk aansluiten bij de creatief agogische competentie 'muzisch interveniëren'.

H3.3 GEBRUIKTE COMPETENTIES

In voorgaand hoofdstuk (H2) werd duidelijk welke creatief agogische competenties van sociale professionals worden gevraagd in het veranderende sociale werkveld.

Uit literatuuronderzoek en onderzoek onder alumni door middel van een enquête en interviews volgen de volgende competenties:

- Eigen plan durven trekken
- Flexibiliteit, meebewegen
- Innoverend vermogen
- Ontwikkelingsgericht/kunnen ontwikkelen
- Nieuwe oplossingen bedenken
- Ondernemen
- Origineel/out-of-the box denken
- Ontwerpen
- Experimenteren
- Samenwerken
- Doelgericht zijn
- Bewust zijn
- Muzisch interveniëren
- Mogelijkheden zien en creëren

H3.3.1 GEBRUIKTE COMPETENTIES GENOEMD IN ENQUÊTE

70 van de 101 respondenten gaven aan in hun werk gebruik te maken van creatief agogische competenties. De rest van de respondenten (31 van de 101) gaf aan geen of nauwelijks gebruik hiervan te maken, of hier niet bewust van te zijn.

In antwoord op de vraag 'Over welke creatief agogische competenties beschik je al?' gaven de respondenten de volgende antwoorden:

84 van de 101 (83,2%)	flexibiliteit, meebewegen	51 van de 101 (50,5%)	ondernemend zijn
73 van de 101 (72,3%)	mogelijkheden zien en creëren	46 van de 101(45,5%)	muzisch interveniëren
72 van de 101 (71,3%)	nieuwe oplossingen bedenken	41 van de 101(40,6%)	experimenteren
57 van de 101 (56,4%)	out-of-the-box denken	40 van de 101(39,6%)	innoverend vermogen
53 van de 101 (52,5%)	eigen plan durven trekken	20 van de 101(19,8%)	ontwerpend
52 van de 101 (51,5%)	ontwikkelingsgericht		

De creatief agogische competenties flexibiliteit en meebewegen, mogelijkheden zien en creëren en nieuwe oplossingen bedenken worden door de grote meerderheid van de respondenten bij zichzelf herkend.

Van de creatief agogische competenties die vanuit het veranderende werkveld worden gevraagd (volgens de literatuur besproken in H2) worden volgens de respondenten van de enquête bovenstaande competenties het meeste gebruikt.

Opvallend is dat deze competenties niet vaak door de geïnterviewden zijn genoemd. Oplossingen bedenken wordt, wanneer zij hun gebruikte competenties moeten beschrijven, zelfs door niemand genoemd. Juist muzisch interveniëren wordt het meeste besproken in de interviews, zoals hieronder te lezen is, maar wordt door de respondenten van de enquête relatief weinig genoemd.

H3.3.2 GEBRUIKTE COMPETENTIES GENOEMD IN INTERVIEWS

Creatief agogische competenties die worden gevraagd vanuit het veranderende sociale werkveld (zoals beschreven in H2) waarvan **niet** door de geïnterviewden is aangegeven dat ze deze gebruiken zijn: het durven trekken van een eigen plan, innoverend vermogen, gericht zijn op ontwikkeling en nieuwe oplossingen bedenken.

Creatief agogische competenties die **wel** gebruikt worden, zijn:

- **Flexibiliteit, meebewegen** wordt genoemd door één geïnterviewde

'Ja, het flexibel zijn in zo'n wijkteam heeft er vooral mee te maken dat je steeds heel wisselende vragen binnen krijgt. Ik kan de ene week midden in een huiselijk geweldsituatie zitten en de andere week ben ik bezig met iemand de schuld te inventariseren. Dus in die zin moet je heel goed kunnen schakelen tussen verschillende dingen' (A.9.25).

- **Ondernemen en ontwerpen** worden niet letterlijk genoemd. Wel geeft één geïnterviewde aan te kunnen organiseren, dus een activiteit te kunnen ontwerpen.

'En daarbij probeer je ook wel eens wat echt te organiseren, dat ik een spelletjesavond organiseer, of een bingo..' (A.4.32).

- **Origineel/out-of-the box denken** wordt door twee van de elf mensen ingezet (A.3; A.9.18; A.9.26)

'Op mijn werk zie ik het heel erg op het inspelen van de kinderen op een out-of-the-box manier. Dus als er wat met ze gebeurt wat vanuit een soort van hulpverleningshoek komt, hoe kan ik er dan op een andere manier op reageren dan dat ik bijvoorbeeld in eerste instantie zou doen, omdat mijn reactie niet altijd de beste reactie is voor het kind' (A.3).

- **Experimenteren** wordt wederom niet letterlijk genoemd, maar hangt samen met het uitproberen en gewoon doen, wat één geïnterviewde aangeeft in te zetten.

'Soms is het ook gewoon een kwestie van uitproberen' (A.3.30).

- **Samenwerken** wordt vooral gebruikt in het onderhouden en vergroten van competenties, door middel van overleg en intervisie (A.6.17; A.6.21; A.7.53; A.7.55 A.9.27; A.9.30; A.1.28)

'Zo probeer ik ook te blijven leren. Uiteindelijk is hulpverlening, je bent zelf het instrument.

Actief intervisie op te zoeken, dat is een beetje wat ik doe' (A.7.55).

- **Doelgericht zijn** wordt genoemd in de zin van 'doelbewust werken'

'Maar wat ik wel heel bewust inzet is wat is het doel en hoe bereik ik dat bij de ander? (..) Ik ben dan wel bewust bezig met: hoe krijg ik iets gedaan? Hoe krijg je ze in beweging?' (A.10.45).

- **Bewust zijn** wordt zichtbaar bij twee alumni in het bespreken (A.1.26) en analyseren (A.10.34) van hun manier van werken

‘En ook analytisch. Dus ik kan ook heel goed denken: wat is het doel en wat gaan we dan nu doen en heel goed terug analyseren: hoe heeft het dan gewerkt’ (A.10.34).

- **Muzisch interveniëren** wordt op vele verschillende wijzen genoemd, vooral door het beschrijven van middelen en manieren, zoals het gebruik van expressie (A.1.23), aanspreken van de fantasie (A.1.26), gebruik van humor (A.1.5; A.1.10; A.1.23; A.4.3; A.4.26; A.5.3; A.5.54, A.8.11), beeldspraak en metaforen (A.1.36; A.9.20), spiegelen (A.4.4; A.4.30; A.5.4), het inzetten van creatieve vakken (A.1.4, A.10.33) en gesprekstechnieken (A.7.45).

‘Misschien een grapje dat iedereen in één keer slap ligt van de lach en ineens vergeet dat ze willen vechten’ (A.5.3).

- **Mogelijkheden zien en creëren** wordt genoemd in de zin van het kunnen inspelen op een situatie *‘Wat we wel vaak proberen te doen (..) is als een situatie een beetje spanning heeft (..) dan moet je de tijd ook doden of de situatie een beetje anders maken. Wat we dan vaak doen is: we halen die jongen even op kantoor en dan pak je bijvoorbeeld zo'n stoel van wie het langst de stoel recht kan houden met z'n arm’ (A.5.19).*

Samengevat geven de geïnterviewde alumni aan dat zij van de volgende creatief agogische competenties het meest frequent gebruik maken: muzisch interveniëren, samenwerken en out-of-the-box denken. Ook noemen zij dat ze kunnen meebewegen, ondernemen en ontwerpen, experimenteren en doelgericht en bewust zijn.

De competentie die duidelijk het meeste wordt genoemd is muzisch interveniëren. In de interviews kwam naar voren dat alumni deze competentie koppelen aan het inzetten van creatieve middelen en methoden (zoals spel, gesprekstechnieken en muziek). Deze competentie kunnen zij het duidelijkst in de praktijk benoemen.

H3.3.3 GEBRUIKTE ‘NIET-GEVRAAGDE’ COMPETENTIES

In de interviews kwamen meerdere competenties naar voren, die door de sociale professionals zelf als creatief agogisch worden bestempeld en die zij gebruiken in hun werk.

Deze competenties zijn niet te koppelen aan de opgestelde lijst vanuit hoofdstuk 2 (dus worden niet vanuit de literatuur van sociale professionals gevraagd), maar worden wel door hen gebruikt.

Ze noemen onder andere het kunnen schakelen (A.10.42), het geven van grenzen (A.2.8) en het zoeken van afwisseling (A.10.32).

Één sociale professional definieert creatief agogisch handelen als ‘ad hoc handelen’ en geeft meerdere voorbeelden over hoe hij dit inzet in de praktijk, zoals:

‘Op mijn werk zijn er regelmatig situaties waarin je direct moet ingrijpen omdat het anders niet zo gaat lopen zoals je wilt en op dat moment moet je je creativiteit aanspreken en ik ben niet zo heel erg van dan direct met de regels smijten op dat moment. Je kunt het daarna altijd uitleggen van ‘Hee, er is een regel, dat weet je en daar staat deze en deze consequentie op’ maar op dat moment moet je de situatie controleren en dat kan wat mij betreft altijd op een creatieve manier. Dus dat is voor mij creatief’ (A.5.22).

Ook positief formuleren (A.10.46), artistiek benaderen (A.8.10) en het stellen van vragen (A.2.27) worden genoemd.

Tenslotte beschrijven ze nog enkele houdingsaspecten: oprecht jezelf zijn (A.8.11), gelijke houding (A.8.11), lef (A.10.35), openstaan (A.11.20).

SAMENVATTING

De deelvraag die in dit hoofdstuk wordt behandeld is: 'Over welke creatief agogische competenties die gevraagd worden vanuit het veranderende sociale werkveld beschikken alumni op dit moment?'

In de literatuur is te lezen dat enkele competenties worden benoemd als zorgzaamheid, creativiteit, constructief, komen tot oplossingen, niet bij de pakken neerzitten, inspelen op de situatie, meebewegen, passende hulp bieden, mogelijkheden zien.

Daarop aansluitend noemen alumni zelf dat zij muzisch interveniëren (voornamelijk genoemd door geïnterviewde alumni) en flexibiliteit en meebewegen, mogelijkheden zien en creëren en nieuwe oplossingen bedenken (voornamelijk genoemd door respondenten van de enquête) inzetten in de praktijk. Zij geven dus aan meerdere competenties die vanuit het veranderende sociale werkveld worden gevraagd al in te zetten.

Dit is terug te zien in de manieren en werkvormen die zij inzetten, zoals muziek, gesprekstechnieken, taal, sport, kleuren en knutselen, Playmobil, spel, maken van een levenslijn. Deze voorbeelden wijzen uit dat de alumni hun creatief agogische competenties (met resultaat) inzetten.

Deze deelvraag heeft antwoord op de hoofdvraag gegeven in zoverre dat de manieren waarop alumni creativiteit in hun werk inzetten duidelijk zijn geworden. Of dit ook betekent dat zij hierin geen behoefte tot ondersteuning hebben, zal te lezen zijn in hoofdstuk 5. Voor hier conclusies uit worden getrokken, zal eerst in hoofdstuk 4 duidelijk worden op welke manier alumni zelf zoeken naar manieren om hun creatief agogische competenties te onderhouden of te vergroten.

HOOFDSTUK 4: ONDERHOUDEN EN VERGROTEN

Deelvraag 3: *Hoe onderhouden en vergroten alumni hun creatief agogische competenties in het veranderende sociale werkveld?*

INLEIDING

In dit hoofdstuk wordt besproken op welke manier alumni hun kennis, vaardigheden en houding op het gebied van creatief agogisch werken onderhouden en vergroten.

Via 101 ingevulde enquêtes en elf afgenomen interviews hebben alumni aangegeven in hoeverre en op welke manieren zij hier vorm aan geven.

Dit hoofdstuk start met een korte literatuurstudie (H4.1) naar welke mogelijkheden sociaal professionals hebben om hun creatief agogische competenties bij te houden en op welke schaal dit wordt gedaan (H4.2). Vervolgens komen de alumni zelf aan het woord (H4.3) en worden hier conclusies uit getrokken in antwoord op de deelvraag.

Deze deelvraag geeft antwoord op de hoofdvraag in zoverre dat het duidelijk wordt waar de behoefte van alumni wat betreft ondersteuning niet ligt, omdat zij hierin al worden voorzien. Ook is te lezen op welke manieren alumni het meest informatie en kennis vergaren, wat duidelijkheid zal geven over de manier waarop het ondersteunend middel kan worden aangeboden.

H4.1 MOGELIJKHEDEN TOT ONDERHOUDEN EN VERGROTEN

Er zijn meerdere mogelijkheden voor sociale professionals om hun creatief agogische competenties na hun studie te onderhouden en vergroten door middel van trainingen, cursussen en studieboeken.

Hieronder volgen enkele voorbeelden van mogelijkheden bij de grote instituten.

Trainingen/cursussen	Congressen & info-bijeenkomsten	Vakbladen & online
Movisie: training <i>Tijd voor creativiteit</i> (Movisie, 2016) Movisie: training <i>Aandacht voor professionele speelruimte vergroten</i> (Movisie, 2016) Movisie: <i>Teamworkshop wmo-competenties</i> (Movisie, 2016)	Congressen bij Zorg+Welzijn, zoals BeSturen op digitale innovatie in de zorg (Bohn Stafleu van Loghum, 2016) De Beroepsvereniging van Professionals in Sociaal Werk (BPSW, voorheen NVWM) organiseert evenementen, zoals verdiepingstrainingen, congressen en gastcolleges (BPSW, 2016) Sozio verzamelt in diens digitale agenda congressen, symposia en cursussen (Sozio, 2016)	Movisie: webinar <i>Leer omdenken in je werk</i> (Movisie, 2016) In de vakbladen Sozio, Maatwerk en Zorg+Welzijn worden regelmatig artikelen geplaatst op het gebied van creatief agogisch werken.

Buiten deze mogelijkheden zijn er ook vele kleinere instituten en professionals die trainingen en cursussen bieden op het gebied van creativiteit en hoe dit in te zetten in de praktijk van het sociaal werk, zoals Bureau Kwiek dat onder andere workshops en adviestrajecten biedt over creativiteit binnen zorgorganisaties (Bureau Kwiek, 2016).

Ook zijn er vanuit organisaties zelf mogelijkheden tot ontwikkelen, bedoeld voor medewerkers. Stichting Philadelphia Zorg biedt bijvoorbeeld de training 'Hou je kop.. Erbij' die leert kijken door de ogen van de cliënt (Stichting Philadelphia Zorg, 2016).

Tenslotte zijn er talloze websites en boeken over creatief denken en werken (denk bijvoorbeeld aan de in dit onderzoek regelmatig gebruikte boeken *Creativiteit: Hoe? Zo!* Van Byttebier (2002) en *Muzisch Agogische Methodiek* van Behrend en Jellema (2015)).

H4.2 VISIE VANUIT LITERATUUR

Er zijn meerdere, lang niet allemaal besproken, mogelijkheden voor sociaal professionals om hun competenties op creatief agogisch gebied te onderhouden en vergroten, zowel binnen het team als individueel.

Op welke schaal worden deze bronnen ook daadwerkelijk aangeboord? In de volgende paragraaf (H4.3) zullen de alumni hier door middel van de afgenomen enquête en interviews zelf antwoord op geven. Daaraan voorafgaand (H4.2) wordt besproken wat hierover vanuit de literatuur te zeggen is.

In het vakblad *Zorg+Welzijn* schreef Nico de Boer het artikel 'Het werk van sociaal professionals wordt leuker' (2014, p. 28). Hij beschreef hierin op welke manier de al functionerende wijkteams zich bijscholen. Ze gebruiken briefings, intervisie en communities of practice. 'Naar eigen zeggen (...) moeten ze 'vooral veel afleren'. Het mooie is dat professionals daaraan vaak veel plezier beleven.'

Kenniscentrum voor langdurige zorg Vilans bracht in 2014 het rapport 'Vernieuwend Zorgen, zorgmedewerker in verandering' uit (Schumacher & Smittenberg). Enkele jaren geleden heeft Vilans een onderzoek gedaan onder medewerkers in de gehandicaptenzorg. Wat hierin naar voren kwam was dat de manier waarop mensen op zoek gaan naar kennis heel gelaagd is: eerst bij directe collega's, dan bij de teamleider, daarna de gedragskundige, et cetera, steeds verder weg van het primaire proces. Ook bleek daaruit dat mensen weinig actief op zoek gaan naar kennis in boeken, tijdschriften of via internet.

In het rapport van de Gezondheidsraad, 'Sociaal Werk op een solide basis' (2014, p. 49) wordt omschreven op welke manier sociaal werkers zijn opgeleid en hoe zij hun kennis gaandeweg hebben verruimd. 'Sociaal werkers ontwikkelden zich verder in de praktijk, in interactie met cliënten, collega's en opdrachtgevers. Ze verruimden gaandeweg hun mensen- en zelfkennis, hun inzicht in sociale interacties, hun repertoire aan werkwijzen en vaardigheden en hun inventiviteit en flexibiliteit in de aanwending daarvan. Sociaal werkers beschikken vooral over tacit knowledge, oftewel impliciete ervaringskennis, over vaardigheden en niet over een welomschreven pakket aan expliciete kennis.' 'Vaktijdschriften leiden een betrekkelijk zieltoegend bestaan, de deelname aan trainingen, cursussen en conferenties blijft achter bij die in andere beroepen, empirisch onderzoek door en voor sociaal werkers is schaars' (p. 50).

Samengevat zeggen deze bronnen dat sociaal professionals zich vooral bijscholen in de praktijk, door ervaringen op te doen en uit te wisselen. Ze gebruiken hiervoor contact met directe collega's. Actief op zoek gaan naar kennis door middel van boeken, tijdschriften, internet, trainingen, cursussen of conferenties wordt minder gedaan.

H4.3 UITKOMSTEN ENQUÊTE EN INTERVIEWS

H4.3.1 ENQUÊTE

In de enquête, die door 101 oud-studenten is ingevuld, werd hen expliciet gevraagd naar wijzen waarop zij hun creatief agogische competenties onderhouden of vergroten.

65 v/d 101 (64,6%)	probeert zelf manieren uit en leert hiervan
46 v/d 101 (45,5%)	geeft aan collega's of kennissen te vragen
29 v/d 101 (28,7%)	geeft aan online te zoeken naar informatie/manieren
24 v/d 101 (23,8%)	geeft aan gezamenlijk met team cursussen te volgen
20 v/d 101 (19,8%)	doet niets
15 v/d 101 (14,9%)	leest zich in via vakbladen
8 v/d 101 (7,9%)	geeft aan zelfstandig cursussen te volgen
1 v/d 101 (1%)	laat zich bijscholen via een onderwijsinstelling

Andere antwoorden die werden gegeven is dat een alumnus zijn competenties onderhoudt of vergroot door in diens vrije tijd zelf met muziek bezig te zijn; een ander oefent in de praktijk en door middel van intervisie.

De meerderheid van de respondenten geeft dus aan zelf manieren van creatief agogisch werken uit te proberen en hiervan te leren. Daarop volgt het 'vragen aan collega's en kennissen'. Dit komt overeen met wat in de literatuur werd genoemd, dat sociale professionals vooral leren in de praktijk en van overleg. Wanneer er cursussen worden gevolgd, gebeurt dit in 75% van de door alumni in de enquête aangegeven gevallen samen met het team, en meestal niet individueel. Wel gaat bijna 30% individueel op zoek naar informatie op internet.

H.4.3.2 INTERVIEWS

Ook in de elf interviews is aan alumni de vraag voorgelegd op welke manieren zij hun creatief agogische competenties onderhouden of vergroten.

- Zeven van de elf alumni geven in de interviews aan **cursussen** (A.2.22; A.2.23; A.2.24; A.3.32; A.3.33; A.3.44; A.10.50; A.11.23; A.11.26) of **trainingen** (A.3.34; A.5.55; A.5.58; A.5.59; A.6.23; A.7.27) te volgen

'Als ik denk van 'ik sta stil', dan verzijn ik wel één of andere cursus waar ik dan heen wil' (A.10.50).

'We krijgen ook wel trainingen daarvoor, regelmatig, ieder jaar een soort van training over de AMV-methodiek, dus dat is dan de methodiek die gericht is omtrent de alleenstaande minderjarige vreemdelingen en daar krijg je zulk soort dingen, zulke oefeningen [werken met een levenslijn]' (A.5.55).

- Zes geïnterviewden vergaren meer informatie door te **overleggen** met collega's of familie/vrienden (A.3.35; A.6.17; A.6.20; A.6.21; A.7.53; A.7.54; A.7.55; A.9.27; A.9.30; A.10.47; A.11.21; A.11.28;).

'Wat ik sowieso doe is, ik zoek mijn collega's op. Dan probeer ik dat zelf op te zoeken, ik probeer dat te delen met collega's' (A.7.53).

'We houden elkaar veel op de hoogte binnen het team en wisselen veel ideeën uit' (A.11.28).

- **Internet** (Google, LinkedIn,) en **intranet** (van eigen organisaties) worden door ook door zes geïnterviewden genoemd (A.5.31; A.6.17; A.6.19; A.7.56; A.7.60; A.7.62; A.9.29; A.9.31; A.10.28; A.10.48; A.10.49; A.11.21)

‘Ook een inspiratiebron: Google’ (A.10.28).

- Tenslotte lezen vier geïnterviewde alumni zich in via **boeken** (A.3.36; A.9.32; A.10.29; A.8.31) en één via **vakbladen**

‘Dus ik heb al mijn boeken wel bewaard en daar kijk ik af en toe wel in’ (A.3.36).

‘Een aantal vakbladen: de NRV, de nationale vereniging maatschappelijk werk, psychologie. Wat ik wel veel merk is dat het vaak dingen zijn die je eigenlijk toch al wist. Toch dat stukje opgescherpt’ (A.2.22).

Anderen geven aan thuis dingen uit te proberen (A.1.41), mappen op het werk te lezen (A.5.32; A.5.33), nieuwsbrieven via de mail te krijgen (A.6.31), televisieprogramma’s te kijken (A.8.23), de krant te lezen (A.6.22) of naar een leerkrachtcafé (A.10.42) of congres (A.11.25) te gaan.

Twee alumni zeggen niets (A.1.43, A.5.30) of weinig (A.3.31) op te zoeken.

Het valt op dat in de interviews veel alumni (zeven van de elf) aangeven deel te nemen aan trainingen en cursussen. Dit komt niet overeen met wat in de enquêtes is aangegeven, waar het aantal respondenten dat naar cursussen gaat, laag ligt. Wel geven ook in de interviews de alumni aan dat zij meestal binnen de organisatie, met hun team, aan cursussen en trainingen deelnemen, meestal niet individueel. Zoals ook in de literatuur en enquêtes naar voren komt, geven de alumni in de interviews aan veel te leren in de praktijk, door overleg met collega’s. Als het gaat om individueel informatie vergaren, scoren vooral internet, intranet en boeken hoog.

Alumni noemen als motiverende factoren om hun creatief agogische competenties te onderhouden en vergroten:

- Informatie moet actueel zijn (A.8.26)
- Informatie moet gericht zijn op de praktijk en ondersteund worden met voorbeelden (A.8.25)
- Informatie of de situatie (omgeving, cliënten, collega’s) moeten prikkelen (A.2.25; A.8.27; A.10.30)
- Het moet bijdragen aan ‘zinnig bezig zijn’ (A.10.55)
- Er moet aandacht of ondersteuning voor zijn vanuit leidinggevende of management (A.4.37; A.4.49)
- Er moet tijd voor zijn (A.1.45)

SAMENVATTING

De deelvraag die in dit hoofdstuk wordt behandeld is: ‘Hoe onderhouden en vergroten alumni hun creatief agogische competenties in het veranderende sociale werkveld?’

Er zijn meerdere mogelijkheden voor sociale professionals om hun creatief agogische competenties te onderhouden of te vergroten, namelijk trainingen, cursussen en congressen bij grote en kleine instituten, vakbladen, websites en boeken.

Volgens de aangehaalde artikelen en onderzoeken maken sociale professionals hier nog weinig gebruik van. Ze leren voor het grootste deel in de praktijk en van overleg met collega’s.

Dit komt terug in de antwoorden van alumni in de enquête, die aangeven vooral zelf manieren uit te proberen en hiervan te leren. Het daarna meest voorkomende antwoord is overleg met collega’s of kennissen.

Ook in de interviews geven veel alumni aan te overleggen met collega’s. Echter volgen ook veel van hen cursussen of trainingen met hun team of individueel. Wanneer ze zelf naar informatie zoeken, gebruiken zij hiervoor veelal internet, intranet of boeken.

Wat hen hierin motiveert is actuele, prikkelende, praktijkgerichte informatie, die zorgt dat ze zinnig bezig kunnen zijn en waar tijd en aandacht voor is vanuit hun leidinggevende of management.

Dit betekent dat er met deze voorkeuren voor het vergaren van kennis en informatie rekening zal moeten worden gehouden bij het ontwikkelen van een ondersteunend middel.

Deze deelvraag heeft antwoord op de hoofdvraag gegeven in zoverre dat de manieren waarop alumni zoeken naar aanvulling duidelijk zijn geworden. De manieren waar zij het snelst naar grijpen, zijn ook de manieren waar het ondersteunend middel op in kan haken, om op de beste manier aan te sluiten bij de ondersteuningsbehoefte van de doelgroep. Waar deze ondersteuningsbehoefte precies uit bestaat en op welke manier hierin kan worden voorzien, zal verder worden uitgewerkt in hoofdstuk 5.

H5 ONDERSTEUNINGSBEHOEFTE OMTRENT CREATIEF AGOGISCHE COMPETENTIES

Deelvraag 4: *Welke ondersteuningsbehoefte is er onder alumni omtrent aanvulling op het gebied van creatief agogische competenties?*

INLEIDING

In het vorige hoofdstuk (H4) staat beschreven op welke manier alumni hun competenties, waaronder de creatief agogische competenties, onderhouden en/of vergroten. Hierin staan de manieren te lezen waarop alumni op dit moment zelf (gedeeltelijk) in hun behoefte voorzien en welke middelen zij hiervoor gebruiken. De manieren waar zij het snelst naar grijpen, zijn ook de manieren waar het ondersteunend middel op in kan haken, om op de beste manier aan te sluiten bij de ondersteuningsbehoefte van de doelgroep.

In dit hoofdstuk (H5) wordt de vraag beantwoord waar deze ondersteuningsbehoefte uit bestaat en op welke manier hierin kan worden voorzien. In de eerste paragraaf (H5.1) wordt allereerst ingegaan op de vraag of en in welke mate er een ondersteuningsbehoefte is omtrent het inzetten en funderen van de creatief agogische competenties. In de tweede paragraaf (H5.2) wordt er antwoord gegeven op de vraag welke ondersteuningsbehoefte alumni hebben en de derde paragraaf (H5.3) gaat in op de vraag welke vorm de ondersteuning aan alumni gaat krijgen. In de vierde paragraaf (H5.4) wordt besproken wat de alumni zou motiveren om een middel in te zetten ter ondersteuning van hun creatief agogische vaardigheden. Tot slot wordt er in de laatste paragraaf (H5.5) een samenvatting gegeven met een antwoord op de vierde deelvraag: Welke ondersteuningsbehoefte is er onder alumni omtrent aanvulling op het gebied van creatief agogische competenties?

H5.1 ONDERSTEUNINGSBEHOEFTE OMTRENT CREATIEF AGOGISCHE COMPETENTIES

Om te voorzien in de ondersteuningsbehoefte van de alumni op het gebied van creatief agogisch werken wil onze opdrachtgever een gratis (digitaal) middel aanbieden. De vraag is of alumni behoefte hebben aan een gratis middel om alumni te ondersteunen in het inzetten van de creatief agogische competenties. In de enquête werd daarom de stelling voorgelegd: 'Als er een gratis middel (website, app, nieuwsbrief of iets anders) komt om alumni te ondersteunen bij het inzetten van hun creatief agogische competenties, dan zou ik daar gebruik van maken.' De 101 alumni die de enquête hebben ingevuld, konden daarbij één antwoord kiezen.

35 v/d 101	geven aan het ondersteunend middel waarschijnlijk te gebruiken.
30 v/d 101	geven aan het ondersteunend middel misschien te gaan gebruiken.
14 v/d 101	geven aan het ondersteunend middel waarschijnlijk niet te gaan gebruiken.
13 v/d 101	geven aan het ondersteunend middel zeker wel te gaan gebruiken.
2 v/d 101	geven aan absoluut geen gebruik te maken van een ondersteunend middel.

Het grootste deel van de alumni die gereageerd hebben op de enquête geeft dus aan het middel waarschijnlijk wel te willen gebruiken. De groep van de mensen die het ondersteunend middel zeker wel of waarschijnlijk wel gaan gebruiken, bestaat uit 48 van de 101 respondenten. Daarnaast is er nog een groep van 37 mensen die het middel misschien gaan gebruiken of nog niet weten of ze het middel gaan gebruiken. Daar tegenover staan 16 mensen die het middel absoluut niet of waarschijnlijk niet gaan gebruiken.

Of er behoefte is aan ondersteuning omtrent het funderen en inzetten van creatief agogische competenties, verschilt.

Van de elf mensen die zijn geïnterviewd, geven twee mensen aan net van de opleiding te komen en bij collega's terecht te kunnen voor kennis en daarom op dit moment nog geen behoefte te hebben aan ondersteuning *'Op dit moment heb ik geen problemen waar ik nu tegenaan loop, omdat dat nu redelijk in de startfase zit en ik heb iemand waar ik op terug kan vallen, zoals een soort van mentor'* (A.2.33).

Beide alumni geven aan in de toekomst misschien wel gebruik te maken van een ondersteunend middel: *'Dus op dit moment niet, maar ik denk dat misschien in de toekomst dus wel tegen dingen aan kan gaan lopen'* (A.8.28). De alumni (A.2.33; A.2.34; A.8.28) geven bovendien aan dat zij wel anderen willen helpen: *'Je hoeft niet zelf een probleem te hebben om een andere mensen te kunnen helpen'* (A.2.34).

Een andere reden die alumni opgeven (A.2.36; A.3.37) om op dit moment geen behoefte te hebben aan ondersteuning in het inzetten van creatief agogische competenties is dat het creatief agogisch werken naar hun mening niet aansluit bij doelgroep waarmee zij op dit moment werken: *'Nou als ik op een dagbesteding zou werken, zou ik het heel waardevol vinden, maar nu.. Nee'* (A.3.37).

Acht van de geïnterviewde alumni (A.1.46; A.4.55; A.5.41; A.6.27; A.7.39; A.9.33; A.10.52; A.10.53; A.11.29) geven aan wel behoefte te hebben aan een middel ter ondersteuning van het inzetten en funderen van hun creatief agogische competenties: *'Ik sta altijd open voor nieuwe ideeën. Ik denk dat het altijd goed is om jezelf scherp te houden'* (A.11.29).

Van de elf geïnterviewde alumni geven drie alumni aan op dit moment geen behoefte te hebben aan ondersteuning. Twee van de drie alumni die op dit moment geen behoefte hebben aan een ondersteunend middel geven aan in de toekomst dit middel wel misschien te gebruiken. Acht alumni geven aan behoefte te hebben om iets te leren op het gebied van creatief agogische competenties.

Samenvattend kan gezegd worden dat een deel van de alumni behoefte heeft aan ondersteuning. Wat zij willen leren, verschilt per persoon. In de volgende paragraaf wordt beschreven welke kennis, vaardigheden en houding de alumni willen aanvullen omtrent het inzetten en funderen van hun creatief agogische competenties.

H5.2 INHOUD ONDERSTEUNEND MIDDEL

H5.2.1 COMPETENTIES VANUIT HET VERANDERENDE SOCIALE WERKVELD

Uit de vorige paragraaf (H5.1) blijkt dat er onder een deel van de alumni behoefte is om nieuwe dingen te leren op het gebied van creatief agogisch werken en aan een middel dat kan ondersteunen in het inzetten van de creatief agogische competenties. In deze paragraaf (H5.2) wordt onderzocht waarin de alumni ondersteuning willen. In hoofdstuk twee zijn er een aantal creatief agogische competenties besproken die volgens de literatuur, interviews en in eerdere vragen van de enquête gevraagd werden vanuit de maatschappij, zoals:

- *Flexibiliteit, meebewegen*
- *Eigen plan durven trekken*
- *Innoverend vermogen*
- *Ontwikkelingsgericht/kunnen ontwikkelen*
- *Nieuwe oplossingen bedenken*
- *Ondernemen/ ondernemend zijn*
- *Origineel/out-of-the box denken*
- *Ontwerpen/ ontwerpend*
- *Experimenteren*
- *Samenwerken*
- *Doelgericht zijn/ werken*
- *Bewust zijn*
- *Muzisch interveniëren*
- *Mogelijkheden zien en creëren*

In de enquête is vervolgens gevraagd in welke creatieve competenties de alumni willen groeien. De alumni hadden de mogelijkheid om meerdere antwoorden in te vullen. De 101 alumni hebben in totaal 288 antwoorden gegeven op de vraag in welke creatieve competenties de alumni willen groeien.

42 v/d 101	willen groeien in professionele creativiteit: muzisch interveniëren
37 v/d 101	willen leren out-of-the-box te denken.
30 v/d 101	geven aan meer ondernemend te willen zijn.
28 v/d 101	willen leren om hun eigen plan te durven trekken.
27 v/d 101	willen groeien in het leren innoveren en hetzelfde aantal alumni wil leren om ontwikkelingsgericht te werken
2 v/d 101	gaven aan geen van deze creatieve competenties te willen leren.

Een deel van de alumni heeft volgens de enquête behoefte aan ondersteuning op het gebied van muzisch interveniëren, out-of-the-box denken en ondernemend zijn. In het interview en in de enquête is in een open vraag aan de alumni gevraagd welke behoefte zij hebben omtrent de inhoud van de ondersteuning van creatief agogische vaardigheden. De volgende antwoorden werden op deze open vraag gegeven:

MUZISCH INTERVENIËREN

In de enquête kwam muzisch interveniëren naar voren als iets waarin de alumni willen groeien, zoals blijkt uit de bovenstaande tekst. Met muzisch interveniëren wordt bedoeld: op een creatieve manier interventies inzetten (al dan niet met het gebruik van middelen). Uit de enquête blijkt dat alumni behoefte hebben aan informatie en ideeën rondom het interveniëren (E.4, E.27; E.31; E.34; E.39; E.46; E.49). Alumni geven aan behoefte te hebben aan ideeën om muzische interventies in te zetten in bijvoorbeeld gesprekken met cliënten (E.60; A.2.37; A.3.41; A.7.45; A.9.54), in het contact maken met cliënten (A.4.39) en in de benadering van cliënten (A.3.43). Ze hebben behoefte aan informatie en ideeën over het inzetten van muzische middelen, zoals taal (A.9.39; A.9.42), drama en lichaamstaal (E.62; A.1.48; A.1.49), humor (E.56) en muziek (A.7.41). Tevens is er behoefte aan het inzetten van laagdrempelige interventies (E.27; E.54; A.4.45; A.5.57; A.6.28; A.11.31): *‘Nou, hoe je wat laagdrempeliger toch wel het in kunt zetten en dan meer dan alleen maar grapjes maken en spiegelen’* (A.4.45).

OUT-OF-THE-BOX DENKEN

Een deel van de alumni geeft in de enquête aan behoefte te hebben aan ondersteuning op het gebied van out-of-the-box denken (E.2; E.8; E.10; E.37;). Ook in de interviews geven alumni aan behoefte te hebben aan ondersteuning op het gebied van out-of-the-box denken (A.1.51; A.4.39; A.4.58): *‘En om soms even out-of-the-box te denken, dat je daarin wordt gestimuleerd’* (A.4.39).

BEWUSTZIJN

Bewust zijn van je creatief agogische competenties en deze competenties bewust inzetten is iets wat volgens alumni gevraagd wordt vanuit de maatschappij (H2.3.2). Enkele alumni geven aan behoefte te hebben om creatief agogische competenties bewust te leren inzetten (E.64; A.2.42; A.3.50 A.4.41; A.4.70; A.4.72): *‘een stukje bewustzijn in je eigen handelen’* (A.4.72).

H5.2.2 AANVULLENDE BEHOEFTE VAN ALUMNI

In de vorige deelparagraaf (H5.2.1) kwam naar voren dat de alumni behoefte hebben aan ondersteuning op het gebied van drie competenties die gevraagd worden in het veranderende sociale werkveld, namelijk: muzisch interveniëren, out-of-the-box denken en bewustzijn. Tevens noemden de alumni een aantal behoeften die niet door het veranderende sociale werkveld gevraagd worden, namelijk:

OP DE HOOGTE GEHOUDEN WORDEN VAN ONTWIKKELINGEN OP HET GEBIED VAN CREATIEF AGOGISCH WERKEN

Ook geeft een aantal alumni aan behoefte te hebben om op de hoogte gehouden te worden van actuele ontwikkelingen in de samenleving op het gebied van creatief agogisch werken (E.5; E.6; E.8; E.43; A.2.42; A.7.63): *'Het is dan vooral gericht op het creatieve speelgoed, op het creatief agogische werk, dus dat je daaraan iets koppelt. Een stukje kennis of misschien dat er weer eens iets is uitgevonden waarvan je denk van hé dat is leuk. Een beetje op de hoogte worden gehouden'* (A.2.42). Ook wil een deel van de alumni op de hoogte gehouden worden van nieuwe manieren van werken en nieuwe activiteiten op het gebied van creatief agogisch werken (A.1.44; A.1.50; A.4.46;): *'Nieuwe manieren van werken met in mijn geval dus de kinderen'* (A.1.44). Enkele alumni hebben de behoefte om op de hoogte gehouden te worden van: *'nieuwe methodes/technieken'* (E.12).

SCHERP GEHOUDEN WORDEN

Een aantal alumni geeft aan behoefte te hebben om scherp gehouden te worden door middel van tips en ideeën over het inzetten van creatief agogische competenties (E.1; E.10; E.15; E.22; E.26; E.37; E.38; E.53; E.55; E.59; E.63; A.2.42; A.6.27; A.11.29;): *'Vooral eentje die je dan weer scherp maakt, bewust. Het mogen ook gewoon feiten zijn, bijvoorbeeld hoe iets binnenkomt in je hersenen of zo. Gewoon een klein stukje, waar je dan die week weer mee aan de slag kan of misschien een opdracht die erin staat'* (A.2.42).

INSPIRATIE

Alumni zijn volgens de interviews ook op zoek naar inspiratie op het gebied van creatief agogisch werken (E.43; A.6.37; A.10.54). Out-of-the-box denken of 'verder denken' wordt een aantal keer genoemd in combinatie met de behoefte om geprikkeld, geïnspireerd te worden (E.5; E.66; A.4.58): *'Terwijl er dus veel meer kan, maar gewoon omdat je, ik werk nu twee jaar op dezelfde afdeling en het meeste heb je wel gezien, en dan stopt je out-of-the-box denken gewoon soms een beetje en daar moet je voor geprikkeld worden'* (A.4.58). Geprikkeld worden wordt door meerdere alumni genoemd (E.43; A.3.47; A.4.43; A.4.58; A.8.30; A.8.36;).

H5.2.3 BENODIGDE FACTOREN

Om muzisch te kunnen interveniëren, out-of-the-box te kunnen denken, bewust te zijn van hun creatief agogische competenties, op de hoogte te zijn, scherp gehouden te worden en inspiratie op te doen, geven de alumni aan het volgende nodig te hebben:

KENNIS EN INFORMATIE

Een aantal alumni geeft aan behoefte te hebben aan verdieping van hun kennis (A.2.25; A.2.42; A.7.26; A.7.57): *'Ik zie het wel een klein beetje, ik mis wel wat. Dus dat is iets tussen mij en mijn werkgever, dat ik wel aangeef van ik wil wel wat meer verdieping'* (A.7.26). *'Maar ik ben er soms iets te snel in. Echt de verdieping mis ik wel eens'* (A.7.57). Een deel van de alumni heeft behoefte aan theorie en informatie (E.5; E.66). Ze willen bijvoorbeeld informatie over de vraag welke creatieve middelen of activiteiten er ingezet kunnen worden in een bepaalde situatie (A.3.46; A.4.43; A.9.33; A.10.52; A.10.53): *'Je loopt vaak in een situatie (...) bijvoorbeeld tegen een verlieservaring aan en dan denk je waar krijg ik nu de informatie over creatieve dingen die ik in kan zetten rond verliesverwerking'* (A.3.46)?

IDEEËN, VOORBEELDEN EN ERVARINGEN

De alumni geven aan behoefte te hebben aan manieren waarop ze de creatief agogische competenties kunnen toepassen in het werkveld en hebben daarom behoefte aan:

- Ideeën (E.2; E.9; E.18; E.20; E.25; E.37; E.39; E.43; E.44; E.58; E.61; E.66; A.3.48; A.4.50; A.4.52; A.4.60; A.6.27; A.6.30; A.7.37; A.7.38; A.7.39; A.7.42; A.9.10; A.11.29): *'Ja ik denk wat ideeën, dat je daar al, dat ik daar al wel een heel eind mee zou komen. Gewoon ideeën die door collega's worden uitgevoerd op een zelfde soort werkgebied dat je eens met elkaar spart'* (A.4.50).
- Voorbeelden (E.7; E.10; E.16; E.28; E.31; E.44; E.55; E.61; E.65; A.9.34; A.11.30; A.11.32): *'Ik vind dat wel heel interessant. Dus ik ben wel daar soms naar op zoek maar dat kan je ook niet echt heel concreet vinden. Voorbeelden. Ja, er is toch weinig beschikbaar vind ik'* (A.9.34).

- Ervaringen van anderen (E.8; E.10; E.17; E.22; E.66) *‘iets waarin ervaringen, tips en tricks staan’* (E.22).
- Casussen (A.4.53; A.5.38; A. 6.29): *‘Misschien al dat je een aantal manieren hebt waarop je creatief kan werken en dat je daar gewoon eens onder kan kijken voor (...) casussen, dat je per casus werkt’* (A.4.53).
- Persoonlijke verhalen (E.43; E. 61; E.65; E.66).

MEEDENKEN MET ELKAAR

De alumni geven tevens aan dat ze behoefte hebben om elkaar te helpen (A.5.41; A.7.38; A.9.50; A.10.51) en met elkaar mee te denken (E.19; E.24; E.57), om te leren van elkaar: *‘Leren van elkaar is heel belangrijk’* (E.24). Een aantal alumni noemen in het interview dat ze graag ervaringen willen uitwisselen (A.2.34; A.2.40; A.3.45; A.5.40; A.5.42; A.6.34; A.6.35; A.8.32; A.9.38; A.9.47; A.9.51; A.10.51): *‘ik loop nu hier en hier en hier tegenaan. Wat kunnen we als oplossing aan elkaar bieden? Hoe kunnen we elkaar ook de hand reiken van: ik heb dat toen op die en die manier gedaan. Ervaringen uitwisselen. Dan ben je er zelf dan denk je ook van stom dat ik daar nooit aan heb gedacht. Ja, zo werkt het vaak wel’* (A.2.40).

Ook wordt het sparren (A.4.51) en brainstormen (A.4.40) met elkaar genoemd om op nieuwe ideeën te komen: *‘Ik zou het leuk vinden om met mijn team, met collega’s een soort van cursus of een middag te hebben dat je daar [op een laagdrempelige manier contact maken] gewoon eens over brainstormt’* (A.4.40).

INSPIRERENDE PERSONEN

Tevens geeft een aantal alumni aan geprikkeld te willen worden door les te krijgen van een inspirerend iemand (A.6.27) of een ervaringsdeskundige (A.8.29): *‘Op een gegeven moment, je ideeën zijn uitgeput of je hebt zelf een bagage waar je uit put. Dan zou ik het heel fijn vinden om daar scherp op gehouden te worden of weer eens ideetjes te krijgen hoe je iets kan doen of even zo’n inspirerend iemand te horen praten’* (A.6.27)

Samenvattend kan gezegd worden dat de alumni aangeven behoefte te hebben aan ondersteuning op het gebied van:

- Muzisch interveniëren
- Out-of-the-box denken
- Bewustzijn
- Op de hoogte gehouden worden
- Scherp gehouden worden
- Inspiratie

Ze geven aan hierin ondersteund te kunnen worden door:

- Kennis en informatie
- Ideeën, voorbeelden en ervaringen
- Meedenken met elkaar
- Inspirerende personen

H5.3 VORM ONDERSTEUNINGSMIDDEL

In de eerste paragraaf (H5.1) staat geschreven dat een deel van de alumni behoefte heeft aan ondersteuning. In de tweede paragraaf (H5.2) is beschreven op welke gebied de alumni ondersteuningsbehoefte hebben omtrent het creatief agogisch werken. In deze paragraaf (H5.3) wordt vervolgens beschreven in welke vorm de alumni deze ondersteuning willen ontvangen. In een open vraag in de enquête en in de interviews konden de alumni aangeven in welke vorm zij die ondersteuning dan willen ontvangen indien zij daar behoefte aan hebben. Deze antwoorden zijn door de alumni gegeven:

DIGITAAL MIDDEL

Een deel van de alumni vraagt om ondersteuning door middel van een digitaal middel (A.1.46; A.3.51; A.7.62; A.9.47): *‘Ja, ik denk dat het digitale de drempel lager maakt’* (A.3.51). Enkele alumni vragen bijvoorbeeld om ondersteuning via de website (E.19; E.57), mail (A.1.53; A.2.41; 6.38) of een app (E.19; E.54; E.57; E.65): Een aantal alumni vraagt om een forum (E.57; A.5.37; A.7.48; A.7.51), chat (E.2) of blog (E.63; A.7.61).

Tevens wordt er door enkele alumni gevraagd om ondersteuning via social media (A.1.52; A.8.34; A.8.37; A.10.59), zoals LinkedIn (A.10.59).

Dit digitale middel kan volgens alumni op de volgende manier worden ingevuld:

- Artikelen (E.16; E.36; E.66; A.3.48; A.6.34).
- Filmpjes (E.15; E.19; E.61; A.5.38; A.8.37).
- Tips/ weetjes (E.1; E.10; E.15; E.22; E.26; E.37; E.38; E.53; E.55; E.59; E.63; A.2.31).
- Downloads, zoals werkbladen, handleidingen en creatieve middelen of werkvormen (E.36; E.39; E.44, E.45; E.51; A.9.37; A.9.48; A.10.57).
- Links naar andere artikelen, websites, bedrijven of boeken (E.44; E.61; A.6.36; A.9.49).
- Een nieuwsbrief via de mail (A.8.35).

KLASSIKAAL ONDERWIJS

Een aantal alumni geeft aan behoefte te hebben aan klassikaal onderwijs: *'Ja, ik ben heel erg voor klassikaal onderwijs. Doe mij maar een cursus, een paar lessen'* (A.7.47), zoals een cursus op het gebied van creatief agogisch werken (E.64; A.4.38; A.4.40; A.6.33). Andere alumni vragen om een praktijkdag, bijeenkomst of conferentie (A.2.32; A.2.40; A.3.49; A.10.58). Op deze praktijkdag of overeenkomst zouden deze alumni graag workshops willen zien (A. 2.40; A.10.54).

Samenvattend kan gezegd worden dat de vorm waarin alumni ondersteund willen worden omtrent het inzetten en funderen van hun creatief agogische competenties bestaat uit een digitaal middel of klassikaal onderwijs.

H5.4 MOTIVERENDE FACTOREN

In deze paragraaf (H5.4) wordt besproken wat de alumni motiveert of wat zij nodig hebben om een middel in te zetten ter ondersteuning van hun creatief agogische vaardigheden.

INFORMATIE MOET GERICHT ZIJN OP DE PRAKTIJK

In het vorige hoofdstuk (H4) staat geschreven dat één van de motiverende factoren voor het onderhouden en vergroten van creatief agogische competenties is dat de informatie aansluit bij de praktijk. Een deel van de alumni vraagt om een ondersteunend middel dat aansluit bij de praktijk of een combinatie is van theorie en praktijk (E.23; E.32; E.38; E.48; E.58; A.1.51; A.4.66; A.5.36; A.5.39; A.5.60; A.6.28; A.6.35; A.9.35; A.10.57). Een aantal alumni vindt het daarom belangrijk dat de informatie aansluit bij de doelgroep (E.2; E.3; E.14; E.20; E.21; E.25; E.27; E.30; E.31; E.35; E.36; E.37; E.39; E.40; E.42; E.46; E.47; E.54; E.58; A.3.46; A.7.59; A.11.33), gericht is op het werkveld of beroep (E.50; A.7.52) en aansluit bij de problematiek waar zij mee werken (E.33; E.34; E.39; E.40; E.42).

HET VERGAREN VAN DE INFORMATIE MOET NIET TEVEEL TIJD EN MOEITE KOSTEN

Het vergaren van informatie en ideeën moet volgens een aantal alumni niet teveel tijd (A.8.29) en niet teveel moeite kosten (A.8.33; A.8.37). Het middel moet daarom makkelijk en functioneel (A.4.55), overzichtelijk, geordend en kant-en-klaar zijn (A.4.61; A.10.56; A.10.60).

ALUMNI MOETEN HERINNERD WORDEN AAN HET ONDERSTEUNEND MIDDEL

Het helpt een aantal alumni om herinnerd te worden aan deze ondersteunende vorm door bijvoorbeeld mails of doordat er berichten langskomen op social media (A.1.53; A.8.36; A.8.37).

HET ONDERSTEUNEND MIDDEL IS INTERACTIEF

Uit een eerdere paragraaf (H5.2) blijkt dat alumni behoefte hebben aan het meedenken met elkaar omtrent het inzetten van creatief agogische competenties. Een deel van de alumni geeft daarom aan dat het hen zou motiveren om het middel te gebruiken als het een interactief middel is waarop alumni hun informatie kunnen delen (A.1.54; A.5.45; A.6.39): *‘En ik denk dat als je bijvoorbeeld praat over een app, een facebookpagina, dat dat ook wel iets moet zijn wat een beetje interactief is. Dus dat je iets deelt, maar dat je er ook iets bij doet’* (A.1.54).

Samenvattend kan gezegd worden dat alumni gemotiveerd worden om het ondersteunend middel te gebruiken als de informatie gericht is op de praktijk, het vergaren van de informatie niet teveel tijd en moeite kost, als alumni herinnerd worden aan het ondersteunend middel en als het ondersteunend middel een interactief middel is.

SAMENVATTING

De deelvraag die in dit hoofdstuk wordt behandeld is: Welke ondersteuningsbehoefte is er onder alumni omtrent aanvulling op het gebied van creatief agogische competenties?

Uit de enquête en de interviews blijkt dat er onder een deel van de alumni een ondersteuningsbehoefte is omtrent aanvulling op het gebied van creatief agogische competenties die gevraagd worden vanuit het veranderende sociale werkveld. De alumni geven aan behoefte te hebben aan ondersteuning op het gebied van:

- Muzisch interveniëren
- Out-of-the-box denken
- Bewustzijn

Ter aanvulling geven de alumni aan behoefte te hebben aan:

- Op de hoogte gehouden worden
- Scherp gehouden worden
- Inspiratie

Ze geven aan hierin ondersteund te kunnen worden door:

- Kennis en informatie
- Ideeën, voorbeelden en ervaringen
- Meedenken met elkaar
- Inspirerende personen

Een deel van de alumni geeft aan ondersteuning te willen ontvangen in de vorm van een digitaal middel, zoals een website, app, forum, chat, via social media of via de mail. Tevens geeft een aantal van de alumni aan behoefte te hebben aan klassikaal onderwijs, zoals een cursus, praktijkdag of conferentie. Wat hen motiveert om gebruik te maken van ondersteuning of een ondersteunend middel is praktische informatie die zonder veel tijd en moeite vergaard kan worden, waar de alumni regelmatig aan herinnerd worden en waarbij het middel interactief is.

Deze deelvraag geeft in zoverre antwoord op de hoofdvraag dat hieruit blijkt welke ondersteuningsbehoefte er leeft bij alumni. De deelvraag geeft antwoord op de vragen of er ondersteuningsbehoefte is onder alumni, waarin de alumni ondersteund willen worden en op welke manier de alumni ondersteund willen worden. In de conclusie wordt het antwoord op deze deelvraag verbonden met de antwoorden op andere deelvragen en daaruit volgen de aanbevelingen aan onze opdrachtgever omtrent het vormgeven van een middel om alumni te ondersteunen bij het funderen en toepassen van creatief agogische competenties.

CONCLUSIE

HOOFDVRAAG

Het onderzoek is van start gegaan met de volgende hoofdvraag: *Welke ondersteuningsbehoefte leeft er bij alumni, die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd aan de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede en werkzaam zijn als sociale professional in het veranderende sociale werkveld, omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische competenties?*

SAMENVATTING UITKOMSTEN

In het eerste hoofdstuk worden de aanleiding en de context van het onderzoek besproken. Van daaruit volgt de rest van het onderzoek en de beantwoording van de deelvragen.

Uitkomst deelvraag 1: Welke creatief agogische competenties hebben sociale professionals nodig in het veranderende sociale werkveld?

De uitkomst van dit deel van het onderzoek (H2) is dat de creatief agogische competenties die sociale professionals nodig hebben in het veranderende sociale werkveld en die door de literatuur en henzelf worden benoemd zijn: een eigen plan durven trekken, flexibiliteit en meebewegen, innoverend vermogen, ontwikkelingsgericht, nieuwe oplossingen bedenken, ondernemen, out-of-the-box denken, ontwerpen, experimenteren, samenwerken, doelgericht zijn, bewust zijn, muzisch interveniëren en mogelijkheden zien en creëren. Deze competenties komen onder andere voort uit een nieuwe visie op de sociale professional, beschreven in de bakens van Welzijn Nieuwe Stijl.

Uitkomst deelvraag 2: Over welke creatief agogische competenties die nodig zijn in het veranderende sociale werkveld beschikken alumni op dit moment?

In het derde hoofdstuk (H3) is te lezen dat alumni gebruik maken van hun creatief agogische competenties in hun werk. Dat maakt een onderzoek naar de behoeften ter ondersteuning van het inzetten en funderen van creatief agogische competenties relevant en actueel. In de literatuur is te zien dat enkele competenties van sociale professionals worden benoemd als zorgzaamheid, creativiteit, constructief, komen tot oplossingen, niet bij de pakken neerzitten, inspelen op de situatie, meebewegen, passende hulp bieden, mogelijkheden zien. Daarop aansluitend noemen alumni zelf dat zij muzisch interveniëren en flexibiliteit en meebewegen, mogelijkheden zien en creëren en nieuwe oplossingen bedenken effectief inzetten in de praktijk.

Uitkomst deelvraag 3: Hoe onderhouden en vergroten alumni hun creatief agogische competenties in het veranderende sociale werkveld?

In het vierde hoofdstuk (H4) wordt onderzocht op welke manier alumni hun creatief agogische competenties onderhouden en vergroten. Uit de literatuur en enquêtes komt naar voren dat sociale professionals voor het grootste deel leren in de praktijk en van overleg met collega's. Ook in de interviews geven veel alumni aan te overleggen met collega's. Echter volgen ook veel van hen cursussen of trainingen met hun team of individueel. Wanneer ze zelf naar informatie zoeken, gebruiken zij hiervoor veelal internet, intranet of boeken. Wat hen hierin motiveert is actuele, prikkelende, praktijkgerichte informatie, die zorgt dat ze zinnig bezig kunnen zijn en waar tijd en aandacht voor is vanuit hun leidinggevende of management. De middelen die alumni gebruiken om de creatief agogische competenties die van hen worden gevraagd in het veranderende sociale werkveld te onderhouden en vergroten, zijn ook de middelen waarop het ondersteunend middel kan aansluiten om tegemoet te komen aan de ondersteuningsbehoeften van de alumni.

Uitkomst deelvraag 4: Welke ondersteuningsbehoefte is er onder alumni omtrent aanvulling op het gebied van creatief agogische competenties?

In het laatste hoofdstuk (H5) is er onderzocht of en op welk gebied alumni behoefte hebben aan ondersteuning op het gebied van creatief agogische competenties en welke vorm bij hen aansluit.

De ondersteuningsbehoefte die leeft onder alumni kan worden samengevat in de volgende thema's:

- Muzisch interveniëren
- Out-of-the-box denken
- Bewustzijn
- Op de hoogte gehouden worden

- Scherp gehouden worden
- Inspiratie
- Kennis en informatie
- Ideeën, voorbeelden en ervaringen
- Meedenken met elkaar
- Inspirerende personen

De vorm waarin ze in deze behoefte willen worden voorzien is een digitaal middel, zoals een website, app, forum, chat, blog, via social media of via de mail. Daarnaast geeft een aantal van de alumni aan behoefte te hebben aan klassikaal onderwijs, zoals een cursus, praktijkdag of conferentie. Wat hen motiveert om gebruik te maken van een ondersteunend middel is praktische informatie die zonder veel tijd en moeite vergaard kan worden, waar de alumni regelmatig aan herinnerd worden en waarbij het middel interactief is.

Samenvattend kan gezegd worden dat er in het veranderende sociale werkveld gevraagd wordt om creatief agogische competenties (H2). Gedeeltelijk zetten de alumni deze en andere competenties al in (H3) en gebruiken zij diverse methoden om hun competenties te onderhouden en vergroten (H4). Tevens kan er gezegd worden dat er behoefte is aan ondersteuning op het gebied van creatief agogische competenties. De alumni hebben een voorkeur voor een digitale en/ of klassikale vorm van het middel ter ondersteuning van de creatief agogische competenties van alumni (H5).

CONCLUSIES

Uit de uitkomsten van bovenstaande deelvragen kunnen we de volgende conclusies trekken over de ondersteuningsbehoefte die leeft onder alumni betreffende creatief agogische competenties:

Over de inhoud van de ondersteuningsbehoefte is te concluderen dat:

- deze deels voortkomt uit de vraag vanuit het veranderende sociale werkveld en deels uit de eigen behoefte van de alumni (H2)
- deze aansluit bij wat alumni zelf al inzetten in hun werk (H3)
- deze kan worden samengevat in het vergaren van kennis en ideeën en meedenken met elkaar (H5)
- alumni hiermee het volgende willen bereiken: groeien in muzisch interveniëren, out-of-the-box denken, bewustzijn, op de hoogte gehouden worden, scherp gehouden worden en geïnspireerd worden (H5)

Over de vorm van de ondersteuningsbehoefte is te concluderen dat:

- deze aansluit bij de middelen die alumni zelf al gebruiken om hun creatief agogische competenties te onderhouden en/of vergroten (H4)
- deze kan worden samengevat in een digitaal middel en/of een klassikale vorm (H5)

SAMENVATTEND ANTWOORD OP DE HOOFDVRAAG

Welke ondersteuningsbehoefte leeft er bij alumni, die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd aan de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede en werkzaam zijn als sociale professional in het veranderende sociale werkveld, omtrent het funderen en toepassen van creatief agogische competenties?

Onder alumni is er behoefte aan ondersteuning op het gebied van groeien in muzisch interveniëren, out-of-the-box denken, bewustzijn, op de hoogte gehouden worden, scherp gehouden worden en geïnspireerd worden. Zij geven aan dit te willen bereiken door middel van het vergaren van kennis en ideeën en meedenken met elkaar. De vorm waarin zij dit aangereikt willen krijgen is een digitaal middel en/of een klassikale vorm.

Op deze behoefte is aan te sluiten op de manier zoals deze in de aanbevelingen is uitgewerkt.

AANBEVELINGEN

Er worden naar aanleiding van dit onderzoek een aantal aanbevelingen gedaan aan de opdrachtgever van de Christelijke Hogeschool Ede over het ontwerpen en inzetten van een ondersteunend middel. Deze aanbevelingen hebben betrekking op drie verschillende onderwerpen, namelijk de inhoud van het ondersteunend middel, de vorm van het ondersteunend middel en aanbevelingen betreffende motiverende factoren.

AANBEVELINGEN INHOUD ONDERSTEUNEND MIDDEL

Aanbevelingen omtrent de inhoud van het ondersteunend middel gaan in op de ondersteuningsbehoefte van de alumni op het gebied van het inzetten en funderen van de creatief agogische competenties. De alumni benoemen een aantal gebieden waarop zij ondersteuning te willen ontvangen, namelijk

- Muzisch interveniëren;
- Out-of-the-box denken;
- Bewustzijn;
- Op de hoogte gehouden worden;
- Scherp gehouden worden;
- Inspiratie

De veranderende wet- en regelgeving en de veranderende visie vragen om andere competenties, waaronder creatief agogische competenties. Muzisch interveniëren, out-of-the-box denken en bewustzijn zijn onder andere creatief agogische competenties die worden gevraagd vanuit het veranderende werkveld. Een deel van de alumni geeft aan behoefte te hebben aan ondersteuning op dat gebied (H2&H5). De inhoud van het ondersteunend middel moet daarom bijdragen aan het muzisch interveniëren, out-of-the-box denken en bewustzijn. De alumni geven tevens aan behoefte te hebben aan ondersteuning bij het op de hoogte en scherp gehouden worden. Ook zijn alumni op zoek naar inspiratie (H5). Om muzisch te kunnen interveniëren, out-of-the-box te kunnen denken, bewust te zijn van hun creatief agogische competenties, op de hoogte te zijn, scherp gehouden te worden en inspiratie op te doen, hebben alumni het volgende nodig:

AANBEVELING 1: HET ONDERSTEUNEND MIDDEL BEVAT KENNIS EN INFORMATIE

Een deel van de alumni gaf aan behoefte te hebben aan vernieuwing van hun kennis en het verkrijgen van informatie door bijvoorbeeld het lezen van onderzoeken, het lezen van artikelen, feitjes, tips, links naar andere relevante sites, etc. De eerste aanbeveling is daarom dat het ondersteunend middel kennis en informatie moet bevatten.

AANBEVELING 2: HET ONDERSTEUNEND MIDDEL BEVAT IDEEËN, VOORBEELDEN EN ERVARINGEN

Een groot deel van de alumni gaf aan behoefte te hebben aan ideeën, voorbeelden en ervaringen van anderen. Dat helpt hen om bijvoorbeeld out-of-the-box te kunnen denken. Daarom is de aanbeveling dat het ondersteunend middel ideeën, voorbeelden en ervaringen bevat.

AANBEVELING 3: HET ONDERSTEUNEND MIDDEL GEEFT DE ALUMNI DE MOGELIJKHEID MEE TE DENKEN MET ELKAAR

Een groot deel van de alumni geeft aan behoefte te hebben om ideeën en ervaringen te kunnen delen met elkaar, om samen te zoeken naar oplossingen en op die manier elkaar te kunnen helpen. De aanbeveling voor het ondersteunend middel is daarom dat het ondersteunend middel de mogelijkheid moet bieden om ervaringen en ideeën te delen, om met elkaar mee te denken.

AANBEVELING 4: HET ONDERSTEUNEND MIDDEL MAAKT GEBRUIK VAN INFORMATIE VAN INSPIRERENDE PERSONEN EN ERVARINGSDESKUNDIGEN.

Enkele alumni geven aan behoefte te hebben aan informatie van inspirerende personen en ervaringsdeskundigen op het gebied van het inzetten van creatief agogische competenties. De aanbeveling op het gebied van de inhoud van het ondersteunend middel is daarom dat het middel gebruik maakt van de informatie van inspirerende personen en ervaringsdeskundigen.

AANBEVELINGEN VORM ONDERSTEUNEND MIDDEL

In het vierde hoofdstuk (H4) kwam naar voren dat alumni vooral leren door zelf dingen uit te proberen, door overleg met collega's, door cursussen en trainingen en door informatie te zoeken via internet of boeken. Uit het laatste hoofdstuk (H5) blijkt dat alumni vooral behoefte hebben aan ondersteuning door middel van een digitaal middel of klassikaal onderwijs.

AANBEVELING 5: DE ONDERSTEUNING WORDT AANGEBODEN DOOR MIDDEL VAN EEN DIGITAAL MIDDEL EN/OF DOOR MIDDEL VAN KLASSIKAAL ONDERWIJS

Uit de enquête en de interviews blijkt dat de meeste alumni behoefte hebben aan ondersteuning door middel van een digitaal middel of door middel van klassikaal onderwijs (H5). Bij een digitaal middel kan gedacht worden aan een website, app, forum, chat, blog, mail of via social media. Op dit digitale middel kunnen dan artikelen, filmpjes, tips en nieuwsbrieven gedeeld worden. Op die manier kunnen de alumni hun ideeën uitwisselen. Een aantal alumni heeft behoefte aan werkbladen, handleidingen en andere creatieve middelen of werkvormen. Een deel van de alumni heeft behoefte aan links naar andere relevante artikelen, websites of boeken.

De voorkeur van de opdrachtgever gaat uit naar een digitaal middel. Uit de enquête en de interviews blijkt echter dat een deel van de alumni behoefte heeft aan ondersteuning door middel van klassikaal onderwijs. Hierbij kan gedacht worden aan een cursus op het gebied van creatief agogisch werken. Tevens wordt er door meerdere alumni gevraagd om een praktijkdag of bijeenkomst waarop alumni door middel van workshops informatie krijgen met de mogelijkheid om met elkaar in gesprek te gaan. De aanbeveling aan onze opdrachtgever is daarom dat de ondersteuning volgens de alumni het best aangeboden kan worden door middel van een digitaal middel, door middel van klassikaal onderwijs of door middel van een combinatie daarvan.

AANBEVELINGEN BETREFFENDE MOTIVERENDE FACTOREN

De aanbevelingen betreffende motiverende factoren zijn de aanbevelingen aan de opdrachtgever om alumni te motiveren het middel te gebruiken. Uit het vierde hoofdstuk (H4) blijkt dat actuele, prikkelende, praktijkgerichte informatie, die zorgt dat ze zinnig bezig kunnen zijn en waar tijd en aandacht voor is vanuit hun leidinggevende of management, de alumni motiveert om hun creatief agogische competenties te onderhouden en te vergroten. In het laatste hoofdstuk geven alumni aan dat ze behoefte hebben aan een overzichtelijk, functioneel en laagdrempelig middel dat niet teveel tijd en moeite kost en waarbij de informatie en ideeën aansluiten bij de doelgroep waarmee de alumni werken.

AANBEVELING 6: HET ONDERSTEUNEND MIDDEL MOET OVERZICHTELIJK ZIJN EN GERICHT OP DE EIGEN DOELGROEP

In de enquête en de interviews geven de alumni aan dat ze willen dat de informatie aansluit bij de praktijk, bij de doelgroep en de problematiek. Tevens geven alumni aan dat zij graag een laagdrempelig middel willen waar ze niet teveel moeite voor hoeven doen en wat niet teveel tijd kost. Ze vragen om een overzichtelijk, functioneel middel gericht op hun eigen doelgroep. Enkele alumni noemen daarom dat de informatie en ideeën ingedeeld kunnen worden per doelgroep.

SAMENVATTENDE AANBEVELING

De uiteindelijke aanbeveling voor onze opdrachtgever is dat de alumni behoefte hebben aan een digitaal of klassikaal middel waarbij ideeën, voorbeelden en ervaringen uitgewisseld kunnen, waarbij alumni elkaar kunnen helpen, waarbij er gebruik gemaakt wordt van de informatie en ideeën van inspirerende personen en waarbij er ook kennis en informatie beschikbaar is. Deze informatie dient overzichtelijk en gericht op de doelgroep aangeboden te worden. Op die manier ondersteunt het middel bij de creatief agogische competenties muzisch interveniëren, out-of-the-box denken, bewustzijn en helpt het de alumni om op de hoogte te blijven, scherp te blijven en geïnspireerd te worden.

VERVOLGONDERZOEK

Het onderzoek richt zich op de behoeften onder alumni van de Academie Sociale Studies van de Christelijke Hogeschool Ede die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd (H1). Alumni die daarvoor zijn afgestudeerd hebben eventueel ook behoefte aan aanvulling omtrent het inzetten en funderen van creatief agogische competenties. In een vervolgonderzoek zou daarom onderzocht kunnen worden of er onder alumni die langer dan vijf jaar geleden zijn afgestudeerd behoefte is aan ondersteuning omtrent het inzetten en funderen van hun creatief agogische competenties.

Uit één van de hoofdstukken (H4) blijkt dat alumni ook leren door middel van collega's, van het team. Dit onderzoek is vooral gericht op de alumni en daarom zijn de behoeften van het team buiten beschouwing gelaten. Toch is dit voor alumni blijikbaar een manier van leren die vaak genoemd wordt. In een vervolgonderzoek zou daarom onderzocht kunnen worden hoe het team van de alumni betrokken kan worden bij het inzetten en funderen van creatief agogische competenties.

Tot slot richt dit onderzoek zich op het ondersteunen van de alumni op het gebied van creatief agogische competenties en het ontwikkelen van een ondersteunend middel. In een vervolgonderzoek zou onderzocht kunnen worden of het middel effectief is. Dit vervolgonderzoek is een evaluerend onderzoek en richt zich op de vraag of alumni gebruik maken van het middel en op de vraag of zij tevreden zijn over de vorm en de inhoud van dit middel. Tevens kunnen alumni aanvullingen noemen om hen te ondersteunen bij het inzetten en funderen van creatief agogische competenties.

DISCUSSIE EN EVALUATIE

In de discussie en evaluatie zullen we de opzet van ons onderzoek en de wijze van voorbereiding bespreken, evenals onze gebruikte onderzoeksmethoden: literatuuronderzoek, een enquête en een elftal interviews. Vervolgens wordt besproken op welke wijze we de resultaten in ons verslag hebben verwerkt en hoe we conclusies hebben getrokken.

Door middel van dit hoofdstuk willen we de keuzes die we hebben gemaakt verantwoorden en een beeld geven van tegen welke vraagstukken wij zijn aangelopen gedurende het onderzoek.

ONDERZOEKSOPZET

VOORBEREIDING

Tijdens onze voorbereiding zochten we naar een manier om de gegevens van de alumni te verzamelen op een ethisch verantwoorde wijze. Wij hebben hierover met verschillende docenten en medewerkers contact gehad en hebben uiteindelijk van school een lijst met de contactgegevens van de alumni ontvangen. Zelf waren we niet zeker of dit ethisch verantwoord was: we waren in het bezit van ruim 1300 mailadressen en telefoonnummers.

Volgens Baarda (2009, p. 33) is een onderzoek geldig wanneer 'de respondenten vrijwillig meewerken en er aan hen geen valse voorstelling van zaken wordt gegeven, de gegevens anoniem worden verwerkt en de uitkomsten voor hen geen nadelig effect hebben'. Tijdens ons onderzoek was dit het geval: de alumni kozen zelf om mee te werken en hun gegevens hebben we niet vrijgegeven, we hebben de lijst met contactgegevens na het onderzoek verwijderd en deze worden ook niet in het onderzoeksverslag genoemd. We hebben in overleg met onze opdrachtgever ervoor gekozen om zelf de alumni te mailen, nadat we de opties hadden afgewogen.

RISICO'S DOELGROEP

We hebben de alumni van de Academie Sociale Studies die tussen nu en vijf jaar terug (2010) zijn afgestudeerd onderzocht. Dit was voor ons een bereikbare doelgroep (Baarda, 2009), omdat wij de lijst met contactgegevens via school aangeleverd konden krijgen.

Het risico bestond dat alleen alumni die het onderwerp leuk vinden zouden reageren op de enquête, en we hierdoor gekleurde onderzoeksresultaten zouden krijgen. Bij het sturen van de uitnodigingsmail hebben we geprobeerd beide groepen (wel- en niet-geïnteresseerden in creatief werken) aan te spreken.

De vragen die we de doelgroep stellen, zijn alleen gericht op hun bewust onbekwame competenties (Remmerswaal, 2001). We hebben ervoor gekozen om niet in het werkveld na te vragen of zij onbewust onbekwame competenties bij alumni van de CHE zien. Hierdoor hebben we de zijde belicht die onze opdrachtgever graag wilde zien: de behoefte van de alumni zelf.

LITERATUUR

We hebben bij het onderzoeken van literatuur gebruik gemaakt van bronnen van maximaal 10 jaar oud. Onze oudste bron stamt uit 2008 en deze gebruiken we voor begripsbepaling, niet voor het weergeven van de huidige samenleving. Wanneer we oudere bronnen hebben gebruikt, zoals één bron van elf jaar geleden, hebben we deze altijd onderbouwd vanuit recente bronnen.

We zijn gestopt met het zoeken van literatuur toen we steeds dezelfde bronnen en auteurs tegenkwamen in de bronnenlijst en geen nieuwe inhoudelijke informatie meer vonden.

We kunnen hierom spreken van inhoudelijke verzadiging (Baarda, 2009).

We hebben de literatuur voor twee zaken gebruikt: onderzoek naar de veranderingen in het sociale werkveld en ter bepaling van het begrip creatief agogische competenties.

De discussie op het gebied van veranderingen is dat critici in de literatuur noemen dat er eigenlijk helemaal geen verandering is, omdat voor die tijd ook gebruik gemaakt werd van eigen kracht, participatie en het netwerk. Daar is dus discussie over mogelijk. Wij hebben naderhand wel gekozen om te spreken van veranderingen, omdat alumni benoemden dat zij deze veranderingen ook in het werkveld terug zagen.

De discussie op het gebied van begripsbepaling is dat het begrip 'creatief agogische competenties', waarvan we in het hele onderzoek gebruik maken, op zichzelf niet bestaat. Onze opdrachtgever sprak van 'creatief agogische vaardigheden', maar na de literatuur te hebben onderzocht hebben we, in overleg met de opdrachtgever, gekozen voor de benaming 'competenties', omdat hier vaardigheden, maar ook kennis en houding onder vallen (Roe & Bartram, 2005). In onze optiek was dit een vollediger benaming. Dit betekende wel dat we een nieuwe term hadden gecreëerd, dus dat we de begrippen waaruit deze term was opgesteld, ook moesten verantwoorden. We hebben hiervoor toonaangevende bronnen gekozen, om zo geldig mogelijk te werken. Ook hebben we de begrippen voorgelegd aan de geïnterviewden, dus hebben we gebruik gemaakt van member-checking, en kwamen onze definities grotendeels overeen met wat de alumni aangaven.

ENQUÊTES

Een enquête wordt over het algemeen gebruikt als methode voor kwantitatief onderzoek. Wij hebben toch gekozen om een enquête te gebruiken, in overleg met onze opdrachtgever en afstudeerbegeleidster.

Ten eerste omdat wij zo op een ethisch verantwoorde manier alumni konden benaderen met de vraag of zij mee wilden doen aan een interview (deze vraag was opgenomen in de enquête). Dit maakte dat ze vrijwillig aangaven mee te doen met een interview en zich niet verplicht voelden deel te nemen.

Ten tweede om een beeld te krijgen van wat er leeft binnen de doelgroep. We konden, doordat we de vragen die we in de enquête stelden, ook in de interviews stelden, overeenkomsten en verschillen aanwijzen en zo een breder beeld geven van de ondersteuningsbehoefte van de alumni, dan wanneer we alleen elf mensen hadden geïnterviewd.

Bij het opstellen van de enquête hebben we gekozen voor grotendeels voor aangegeven antwoorden, waaruit de alumni konden kiezen. Volgens Baarda (2009) is dit een vorm van kwantitatief enquêteonderzoek en hoort dit niet thuis binnen een kwalitatief onderzoek. We hebben echter de antwoorden op deze gesloten vragen alleen gebruikt ter ondersteuning van de antwoorden uit de interviews en nooit op zichzelf.

We zijn ervan overtuigd dat het gebruik van deze enquête de validiteit van ons onderzoek heeft vergroot, omdat we gebruik hebben gemaakt van triangulatie in onze dataverzamelingstechnieken en de data die uit de enquêtes en interviews kwamen in de richting van dezelfde resultaten wezen (*convergeren*, volgens Baarda, 2009).

INTERVIEWS

De geïnterviewden hebben positief gereageerd op een vraag in de enquête waarin ze werden uitgenodigd deel te nemen aan een interview. Zij hebben dus op vrijwillige basis gekozen mee te doen. Dit maakt de keuze voor de geïnterviewden ethisch verantwoord.

Meer dan elf alumni gaven aan wel mee te willen doen. We hebben hierin de keuze gemaakt praktisch en realistisch te zijn en omwille van de tijd de eerste alumni die reageerden, te benaderen. Dit is vergelijkbaar met een quotasteekproef (Baarda, 2009): het enige kenmerk waarop we de alumni selecteerden, was de tijd waarin ze reageerden. We hebben hierin geen rekening gehouden met in welke sector de alumni werkzaam zijn. Uiteindelijk kwam hier een grote verscheidenheid aan sectoren uit.

Één van deze sectoren bleek de onderwijssector te zijn. Twee van de geïnterviewde alumni geven les op het MBO. Hoewel zij niet in de sociale sector zoals wij deze beschrijven, werken, hebben we toch besloten hen te interviewen. Dit omdat ze beiden veel in de hulpverlening hebben gewerkt en ook met hun leerlingen nu nog creatief agogisch werken.

UITWERKING IN VERSLAG

‘De onderzoeksresultaten en conclusies bij kwalitatief onderzoek moeten controleerbaar en inzichtelijk zijn. Het is daarom belangrijk een logboek en veldnotities bij te houden waarin alle beslissingen verantwoord worden’ (Baarda, 2009, p. 196). Dit hoofdstuk is een uitwerking van de notities die we bij hebben gehouden omtrent de beslissingen die we gedurende dit onderzoek moesten maken.

We hebben gezorgd voor zo veel mogelijk validiteit door gebruik te maken van triangulatie in onze onderzoeksmethoden: we combineren in ons onderzoek voortdurend gegevens uit interviews, de enquête en literatuur.

Bij uitwerking van antwoorden vanuit interviews in onze verslagen, hebben we alle privacygevoelige informatie verwijderd en naderhand, wanneer geïnterviewden aangaven dit te willen, de uitgetypte tekst via mail gestuurd om te laten checken of alles klopte. Zo hebben we gebruik gemaakt van member-checking wat betreft de interviews.

INHOUD VAN HOOFDSTUKKEN

Om aan te sluiten bij ons gebruikte model (Roe & Bartram, 2005) hebben we de antwoorden van de alumni wat betreft gebruikte en benodigde competenties opgedeeld in kennis, vaardigheden en houding. We wilden hiermee meer duidelijkheid creëren over waaruit de competenties die alumni inzetten en nodig hebben bestaan. Doordat we hen hier niet altijd letterlijk naar hebben gevraagd, hebben we soms onze eigen interpretatie moeten gebruiken om hun antwoorden onder te verdelen. Het kan dus zijn dat wanneer een andere onderzoeker hetzelfde onderzoek zou uitvoeren, hij op een andere manier de antwoorden van de alumni zou onderverdelen (het onderzoek is dus niet volledig intersubjectief).

We hebben deelvraag 2 in de loop van ons onderzoek veranderd. We begonnen met de vraag over welke competenties die gevraagd worden vanuit het veranderende sociale werkveld alumni beschikken. We hadden echter in de eerste deelvraag al gevraagd welke competenties alumni nodig hebben. Daarom hebben we besloten deelvraag 2 te veranderen naar: Over welke creatief agogische competenties die nodig zijn in het veranderende sociale werkveld beschikken alumni op dit moment?

Tevens hebben we deze deelvraag aangepast, omdat alumni regelmatig aangeven competenties in te zetten die niet letterlijk van hen worden gevraagd, maar waarvan zij wel merken dat zij deze nodig hebben.

Na het ontvangen van feedback van onze opdrachtgever en afstudeerbegeleider op hoofdstuk 2, het hoofdstuk met onderbouwing vanuit de literatuur, hebben we hieruit een gedeelte van de tekst geschraapt. We hebben ervoor gekozen om onderbouwing vanuit de literatuur gedeeltelijk samengevat in een tabel weer te geven, om meer overzicht te creëren.

LABELSYSTEEM

We hebben gebruik gemaakt van open coderen (Baarda, 2009). Bij het labelen van de interviews hebben we steeds labels gezocht die zo dicht mogelijk op de inhoud van het fragment aansloten. Daarom is het grootste deel van de labels letterlijk een woord uit het fragment. In de andere gevallen is er een abstractere term aan toegekend, waarbij we zo min mogelijk hebben geïnterpreteerd. We hebben gekozen voor een abstractere term, omdat we hier meerdere labels onder konden scharen.

We hebben vervolgens de labels onderverdeeld in kernthema's, die voor het grootste gedeelte rechtstreeks aansluiten op onze deelvragen (namelijk definitie (deelvraag 1), veranderingen (deelvraag 1), benodigde competenties (deelvraag 1), gebruikte competenties (deelvraag 2), voorbeelden van creatief agogisch werken (deelvraag 2), onderhouden en vergroten van competenties (deelvraag 3), behoefte ondersteunend middel (deelvraag 4). De labels die niet aansloten bij onze deelvragen, hebben we in aparte kernthema's onderverdeeld (bronnen, motivatie). We hebben meerdere keren de labels in kernthema's onderverdeeld en deze weer in thema's, tot we tevreden waren en het labelsysteem aansloot op zowel de tekst als de deelvragen. Dit noemt Baarda (2009) een iteratief proces.

GETROKKEN CONCLUSIES EN RESULTATEN

Volgens Baarda (2009, p.359) is het bij het trekken van conclusies van belang om je af te vragen of 'de conclusies die je trekt echt af te leiden zijn uit het onderzoeksmateriaal dat je hebt gepresenteerd en geen eigen ideeën of meningen weergeven.' De conclusies op de eerste, tweede en derde deelvraag en daaropvolgend de conclusie van de laatste deelvraag leiden samen tot een eindconclusie die antwoord geeft op de hoofdvraag. We hebben alle getrokken conclusies gebaseerd op de informatie uit literatuur, enquêtes en interviews en hier zo min mogelijk eigen interpretatie op los gelaten.

LITERATUURLIJST

- Akkerboom, H.L., Beijer, W.M.M. & Tuin, B.C.M. (2009). *Vraagsturing en competenties*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Andersson Elffers Felix (2012). *Rapportage Welzijn Nieuwe Stijl 2012*. Programmabureau Welzijn Nieuwe Stijl. Gedownload op 11 januari 2016, van http://www.invoeringwmo.nl/sites/default/files/Rapportage%20Welzijn%20Nieuwe%20Stijl_Juni%202012.pdf
- Baarda, D., Goede, M. & Teunissen, J. (2009). *Basisboek kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff.
- Behrend, D. (2008). *Muzisch-agogische methodiek*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Behrend, D. & Jellema, M. (2015). *Muzisch-agogische methodiek*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Beukers, M. & Raalte, H. van. (2012). *Muzisch-Agogisch Samenwerken* (Bachelorscriptie). Christelijke Hogeschool Ede [HBO Kennisbank]. Gedownload op 11 januari 2016, van <https://www.hbo-kennisbank.nl/record/oai:repository.samenmaken.nl:smpid:13561>
- Bil, P. (2011). *Onderzoek in 15 stappen*. Amsterdam: Boom/Nelissen.
- Boer, N. de. (2014). Het werk van sociaal professionals wordt leuker. *Zorg + Welzijn, mei 2014*, 28-29.
- Bohn Stafleu van Loghum. (2016). *Congres BeSturen op digitale innovatie in de Zorg*. Geraadpleegd 23 april, van <http://www.zorgvisiecongressen.nl/innovatie>
- BPSW. (2016). *Inschrijven NVMW-evenementen*. Geraadpleegd op 23 april 2016, van <http://nvmw.nl/studenten/inschrijven-nvmw-evenementen.html>
- Brok, M. & Vollbracht, E. (2014). Authentiek betrokken, creatieve meebewegers. *Sozio, september 2014*, 32-33.
- Brouwer, J. (1 augustus 2014). Creatiever Worden? Improviseer zoals een kind. *De Volkskrant*. Geraadpleegd op 23 februari 2016 van <http://www.volkskrant.nl/opinie/-creatiever-worden-improviseer-zoals-een-kind~a3708226>
- Bureau Kwiek (2016). Geraadpleegd op 23 april 2016, van <http://www.bureaukwiek.nl/>
- Byttebier, I. (2002). *Creativiteit Hoe? Zo!* Lannoo Meulenhoff-Belgium.
- Cloin, C. (2014). Dan blijkt het opeens allemaal niet zo moeilijk. *Zorg + Welzijn, maart 2014*, 32-33.
- Commissie Kwaliteitszorg (2014). *HBO-Monitor Alumni*. Christelijke Hogeschool Ede. Gedownload op 11 januari 2016, van Entree (intern).
- Commissie Kwaliteitszorg (2013). *Rapport ASS*. Christelijke Hogeschool Ede. Gedownload op 11 januari 2016, van Entree (intern).
- Dekker, H., Oldeboom, B. & Steenhuis, M. (2015). *De Creatieve Professional* (Onderzoek). Christelijke Hogeschool Windesheim. Gedownload op 11 januari 2016, van <https://www.windesheim.nl/~media/files/windesheim/research-publications/decreatieveprofessionalwvdw.pdf>
- Dochy, F. & Nichmans, G. (2005). *Competentiegericht opleiden en toetsen*. Amsterdam: Boom Lemma.

- Ewijk, H. van. (2014). Positioneren en profileren. *Maatwerk, april 2014*, 1-5.
- Gezondheidsraad. (2014). *Sociaal werk op solide basis*. Den Haag: Gezondheidsraad. Gedownload op 23 april 2016, van <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2014/09/17/rapport-sociaal-werk-op-solide-basis/rapport-sociaal-werk-op-solide-basis.pdf>
- GGZ Nederland (2012). *GZ-Vaktherapeut beroepscompetentieprofiel*. Amersfoort: GGZ Nederland. Geraadpleegd op 10 maart 2016, van <http://www.ggz nederland.nl/uploads/publication/Beroepscompetentieprofiel%20GZ%20Vaktherapeut.pdf>
- GGZ Nederland (2013). *Ervaringsdeskundigheid beroepscompetentieprofiel*. Utrecht/Amersfoort GGZ Nederland. Geraadpleegd op 10 maart 2016, van <http://www.ggz nederland.nl/uploads/publication/Ervaringsdeskundigheid.pdf>
- Goede, de, E. & Wijland Y. (2012). Competentieprofiel generalist. Wijland advies en coaching. Geraadpleegd op 10 maart 2016, van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2012/07/02/competentieprofiel-generalist>
- Heijden, M. van der. (2016). *Levensvreugde en een zekere dosis lef*. Hé ik heb een idee! Uitgave 1 - 2016. Stichting Philadelphia Zorg.
- Kluft, M. (2011). *Zeg, bent ú misschien die nieuwe professional?* Movisie. Gedownload op 22 maart 2016, van https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco_files/Zeg,%20bent%20u%20misschien%20de%20nieuwe%20professional%20%5BMOV-291865-0.4%5D.pdf
- KPMG Plexus (2013). *Sociale wijkteams in ontwikkeling*. Inrichting, aansturing en bekostiging. Geraadpleegd op 22 maart 2016, van <https://vng.nl/files/vng/publicaties/2013/20130805-sociale-wijkteams-in-ontwikkeling.pdf>
- LOO-SPH (2014). *De creatieve professional, met afstand het meest nabij*. Amsterdam: Uitgeverij SWP.
- Mertens, J. (2010) *Praktijkonderzoek voor bachelors*. Bussum: Coutinho.
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (2010). Brochure Welzijn Nieuwe Stijl. Gedownload op 11 januari 2016, van http://www.invoeringwmo.nl/sites/default/documenten/Brochure_WNS.pdf
- Philipsen, H. & Vernooy-Dassen, M. (2004). Kwalitatief onderzoek: nuttig, onmisbaar en uitdagend. *Huisarts en Wetenschap*, uitgave 47. Geraadpleegd op 19 januari 2016, van <http://assortiment.bsl.nl/files/db592e09-8170-47db-86d6-2326ee172eb1/kwalitatiefonderzoekph.pdf>
- Remmerswaal, J. (2001). *Handboek groepsdynamica*. Soest, Uitg. Nelissen.
- Rijksoverheid (2013). *Troonrede 2013*. Geraadpleegd op 5 januari 2016, van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/toespraken/2013/09/17/troonrede-2013>
- Rijksoverheid (2015). *Wet Maatschappelijke Ondersteuning (WMO) 2015*. Geraadpleegd op 11 januari 2016, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/zorg-en-ondersteuning-thuis/inhoud/wmo-2015>
- Robinson, K. (2015). *Creativity is in everything, especially teaching*. KQED News. Geraadpleegd op 23 februari 2016 van <http://ww2.kqed.org/mindshift/2015/04/22/sir-ken-robinson-creativity-is-in-everything-especially-teaching/>

Roe, R.A. (2002). Competenties - Een sleutel tot integratie in theorie en praktijk van de A&O-psychologie. [Competences - A key towards integration in theory and practice in W&O Psychology]. *Gedrag & Organisatie*, 15 (4), 203-224.

Roe, R.A. & Bartram, D. (1999). *Definition and Assessment of Competences in the Context of the European Diploma in Psychology*. Geraadpleegd op 11 januari 2016, van <https://atmire.com/dspace-labs3/bitstream/handle/123456789/6648/file14679.pdf?sequence=1>

Rosmalen, J. van. (2001). *Studentenhandleiding Muzisch-agogisch handelen*. Bussum: Uitgeverij Coutinho. Gedownload op 23 februari 2016 van http://www.coutinho.nl/winkel/html_pages/62832725/toolkit_muzisch-agogisch_handelen.pdf

Rosmalen, J. van. (1999). *Het woord aan de verbeelding*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.

Roubos, L. & Maas, M. van der. (2013). *Muzisch agogisch werken in de jeugdhulpverlening* (Bachelorscriptie). Christelijke Hogeschool Ede [HBO Kennisbank]. Gedownload op 11 januari 2016, van <https://www.hbo-kennisbank.nl/record/oai:repository.samenmaken.nl:smpid:16150>

Scholte, M. (2010). *Oude waarden in nieuwe tijden*. Haarlem: Hogeschool InHolland.

Scholte, J.P. (2012). *Zorg en Welzijn 2.0. Workshops 'Welzijnswerk Nieuwe Stijl' Alumnidag CHE*. Gedownload op 23 februari 2016, van <http://www.che.nl/~media/Academie%20Sociale%20Studies/Alumni/Workshops%20WNS%20Alumnidag%20Dannenber%20Scholte.pdf>

Schumacher, J. & Smittenberg, I. (2014). *Vernieuwend Zorgen*. Vilans. Geraadpleegd op 20 maart 2016, van <http://www.vilans.nl/docs/vilans/publicaties/Vilans%20White%20paper%20Vernieuwend%20Zorgen.pdf>

Schurink, R., Kolk, J. van der, Manusama, B. & Terlouw, W. (2005). *Visiestuk Muzische Agogische Methodiek CHE*. Ede: Christelijke Hogeschool Ede.

Sprinkhuizen, A, Scholte, M. & Zuithof, M. (2012). *De generalist, sociale professional aan de basis*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.

Stichting Philadelphia Zorg (2016). *Hou je kop ... Erbij*. Geraadpleegd op 23 april 2016, van <http://www.philadelphia.nl/houjekoperbij>

Stichting Movisie. (2016). *Tijd voor creativiteit*. Geraadpleegd op 23 april 2016, van <https://www.movisie.nl/trainingen/tijd-creativiteit>

Stichting Movisie. (2016). *Aandacht voor professionele speelruimte vergroten*. Geraadpleegd op 23 april 2016, van <https://www.movisie.nl/trainingen/aandacht-professionele-speelruimte-vergroten>

Stichting Movisie. (2016). *Teamworkshop wmo-competenties*. Geraadpleegd op 23 april 2016, van <https://www.movisie.nl/trainingen/teamworkshop-wmo-competenties>

Stichting Movisie. (2016). *Leer omdenken in je werk!* Geraadpleegd op 23 april 2016, van https://movisie.clickwebinar.com/leer-omdenken-in-je-werk/register?_ga=1.116285062.1476925008.1453791700

Stomp, O. (2014). We komen allemaal uit die familie genaamd sociaal werker. *Sozio, oktober 2014*, 21-26.

Terlouw, J. & Schilder, S. (2013). Maatschappelijk werkers mogen best opscheppen. *Maatwerk*, januari 2013. Geraadpleegd op 20 april 2016, van <https://mijn.bsl.nl/maatschappelijk-werkers-mogen-best-opscheppen/611222#>

TransitieBureau WMO (2015). *Welzijn Nieuwe Stijl*. Geraadpleegd op 11 januari 2016, van <http://www.invoeringwmo.nl/content/welzijn-nieuwe-stijl>

Van Dale Groot Woordenboek van de Nederlandse Taal (2015). Utrecht: Van Dale Uitgevers.

Van Dale (2016). *Innovatie*. Geraadpleegd op 11 januari 2016, van <http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=innovatie&lang=nn#.Vx9NsNQS-Uk>

Van Dale (2016). *Verzorgingsstaat*. Geraadpleegd op 11 januari 2016, van <http://www.vandale.nl/opzoeken?pattern=verzorgingsstaat&lang=nn#.VpQFEhXhDIU>

Veld, A. op het & Wachtmeester, J. (2012). *Decentralisatie betekent transitie & transformatie*. Andersson Elffers Felix. Gedownload op 11 januari 2016, van http://www.invoeringwmo.nl/sites/default/files/120038-01%20Boekje%20decentralisatie_DEF_LR2.pdf

Vele takken, één stam. (2008). Amsterdam: Uitgeverij SWP.

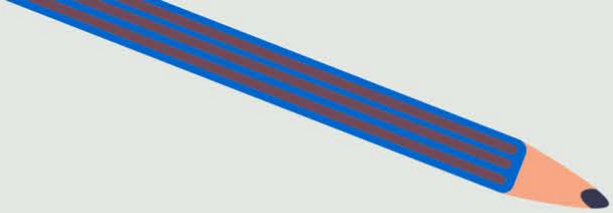
Verhoeven, N. (2004) *Wat is onderzoek? Praktijkboek voor methoden en technieken voor het hogere beroepsonderwijs*. Amsterdam: Boom.

Vlaar, P., Kluft, M. & Liefhebber, S. (2014). *Competenties maatschappelijke ondersteuning*. Movisie. Gedownload op 11 januari 2016, van https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco_files/Competenties-maatschappelijke-ondersteuning%20%5BMOV-4581713-1.0%5D.pdf

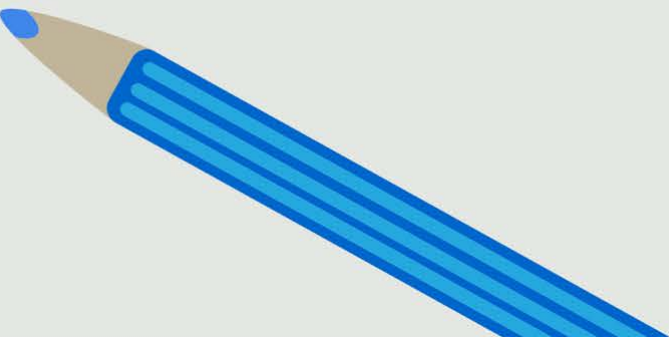
Vries, de, S. (2011) Het Nieuwe Welzijn. *Maatwerk*, oktober 2011, 2-5.

Wiebusch, M. & Moulijn, M. (2013). *Van verzorgingsstaat naar participatiesamenleving? Een zoektocht naar een andere rolverdeling tussen overheid, burgers, zorg- en welzijnsinstellingen*. Stichting Arcon. Gedownload op 11 januari 2016, van http://www.arcon.nl/uploads/pdf/publicaties/2013_08Literatuurstudie%20van%20verzorgingsstaat%20naar%20participatiesamenleving.pdf

Zuithof, M. (2014). Keuze voor generalist of specialist niet aan de orde. *Sozio*, oktober 2014, 12-15.



BIJLAGEN



BIJLAGEN

1. Begrippenlijst
2. Uitnodiging enquête
3. Opzet enquête
4. Uitkomsten enquête
5. Opzet uitnodigende brief
6. Interviewtopics en vragen
7. Kernthema's

BIJLAGE 1: BEGRIPPENLIJST

Hieronder zijn de gebruikte begrippen die verduidelijking behoeven, op alfabetische volgorde uitgewerkt.

Academie Sociale Studies	Overkoepelende academie binnen de Christelijke Hogeschool Ede, bestaande uit Maatschappelijk Werk en Dienstverlening en Sociaal Pedagogische Hulpverlening.
Alumni	Oud-studenten, in dit onderzoek oud-studenten van de Academie Sociale studies van de Christelijke Hogeschool Ede die maximaal vijf jaar geleden zijn afgestudeerd en die werkzaam zijn in het sociale werkveld.
A1-11	Met 'A' en hierop volgend een cijfer, duiden we op antwoorden van alumni, geciteerd uit één van de elf interviews, te vinden in het bronnenboek.
Competenties	Vaardigheden, capaciteiten en bekwaamheden die nodig zijn om een bepaalde taak uit te voeren. In dit onderzoek zal het begrip vooral gebruikt worden om de vaardigheden van sociale professionals te beschrijven.
Creatief agogisch	'Muzisch agogisch handelen is het vanuit een muzische grondhouding beïnvloeden van individuele personen en/of groepen tijdens omgang, doelbewuste begeleiding of voorwaardelijke zorg, gericht op de ontwikkeling en het welzijn van het individu en/of groep door middel van activiteiten op muzisch terrein die een appèl doen op het menselijk vermogen tot verbeelding, vindingrijkheid en verwondering' (Behrend, 2008). De begrippen 'muzisch agogisch' en 'creatief agogisch' worden veelal door elkaar gebruikt. Wij kiezen ervoor om 'creatief agogisch' in dit onderzoek te gebruiken.
E	Met 'E' duiden we op antwoorden van alumni, geciteerd uit open vragen uit de enquête, te vinden in bijlage 5.
Flexibiliteit, meebewegen	Creatief agogische competentie waarover alumni (kunnen) beschikken, in dit onderzoek als begrip te koppelen aan aansluiten bij en aanpassen aan de cliënt en situatie.
Innoverend vermogen	Creatief agogische competentie waarover alumni (kunnen) beschikken, in dit onderzoek als begrip te koppelen aan het invoeren van nieuwigheden (van Dale, 2016), het vermogen om te initiëren.
Muzisch interveniëren	Creatief agogische competentie waarover alumni (kunnen) beschikken, in dit onderzoek als begrip te koppelen aan op een creatieve manier interventies inzetten (al dan niet met het gebruik van middelen).
MWD	Maatschappelijk Werk en Dienstverlening, een opleiding die aan de Christelijke Hogeschool Ede valt binnen de Academie Sociale Studies.
Ondersteuningsbehoefte	De behoefte aan ondersteuning, in dit onderzoek gaat dit over de behoefte die onze doelgroep (groep van alumni) heeft.
Out-of-the-box denken	Creatief agogische competentie waarover alumni (kunnen) beschikken, in dit onderzoek als begrip te koppelen aan vernieuwend, buiten kaders denken.
Participatie-samenleving	De participatiesamenleving is een samenleving waarin de burger gestimuleerd wordt zelf verantwoordelijkheid te nemen en geactiveerd wordt een bijdrage te leveren aan maatschappelijke processen (Wiebusch & Moulijn, 2013).
Sociale professional	Persoon werkzaam in de sociale sector, met een sociaal beroep.
Sociale werkveld	Het werkveld van zorg en welzijn. 'Sociale beroepen zijn beroepen waarbij het methodisch en doelgericht interveniëren in een cliëntsysteem het doel is' (Behrend, 2015)
SPH	Sociaal Pedagogische Hulpverlening, een opleiding die aan de Christelijke Hogeschool Ede valt binnen de Academie Sociale Studies.
Transformatie	Hiermee bedoelen we een nieuwe manier van werken in de zorg, namelijk meer focus op zelfredzaamheid en het netwerk van de cliënt.
Verzorgingsstaat	'Land waarin de overheid garant staat voor een zeker welvaarts- en welzijnspeil van de burgers' (Van Dale, 2016).
Welzijn Nieuwe Stijl	Een programma in de zorg met als doel om 'een nieuwe impuls te geven aan de invulling van de WMO, om de zelfredzaamheid en participatie van burgers te

	vergroten' (TransitieBureau WMO, 2015).
WMO	Wet Maatschappelijke Ondersteuning, waarin gemeentes ervoor zorgen dat mensen zo lang mogelijk thuis kunnen blijven wonen (Rijksoverheid, 2015)
Zelfredzaamheid	iemands vermogen om voor zichzelf te kunnen zorgen.

BIJLAGE 2: UITNODIGING VOOR ENQUÊTE

Onderwerpregel voor mail: Enquête CHE over creatief agogisch werken

We nodigen je uit: <https://youtu.be/rqcWOkWhSsg>



Je bent afgestudeerd, kort geleden of al iets langer, en waarschijnlijk ben je aan het werk. Merk je in de praktijk nog iets terug van wat je hebt geleerd over creatief agogisch werken?

Wij, Marie van Wingerden en Lotte van den Brink, mogen dit in opdracht van de Christelijke Hogeschool Ede en docent beeldende vakken Wilma Terlouw onderzoeken en horen graag jouw ervaringen!

Dat doen we aan de hand van een korte enquête, die in **2-3 minuten** door jou in te vullen is. Help mee aan dit onderzoek, waar uiteindelijk een heel interessant **gratis middel** voor jou als oud-student uit gaat komen!

Ons onderzoek zal gaan over wat jij als oud-student nodig hebt op het gebied van **creatief agogische competenties**.

Creatief agogische competenties ofwel muzisch agogische competenties zijn de vaardigheden, kennis en houding die je nodig hebt om creatief agogisch te kunnen werken. Creatief agogisch werken is doelgericht werken aan verandering op een speelse en belevingsgerichte manier.

Denk je wel eens:

- 'In mijn functie ben ik regelmatig creatief bezig met cliënten'
- 'Ik weet niet zo goed hoe ik creativiteit in kan zetten in mijn beroep'
- 'Door de veranderingen in de zorg heb ik weinig tijd om de creatieve vaardigheden die ik heb geleerd, ook in de praktijk te brengen'
- 'Ik zou wel meer creativiteit kunnen gebruiken in mijn werk, maar ik mis de ideeën'

Of nog iets heel anders.. Wij zijn benieuwd naar wat je hierover te zeggen hebt en zouden dit graag via een enquête aan je vragen.

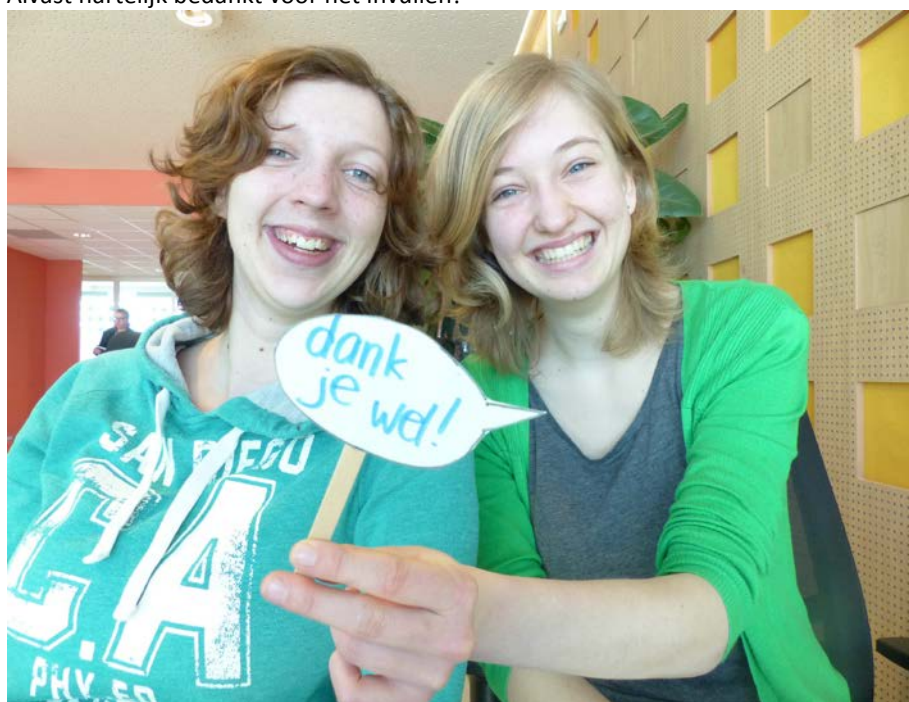
De antwoorden die je geeft, worden **anoniem** in ons afstudeeronderzoek verwerkt en de gegevens maken we niet openbaar.

Het advies dat wij op basis van je antwoorden geven in ons onderzoek zal door de CHE worden opgepakt en uitgewerkt tot een **gratis** ondersteunend middel voor oud-studenten. Hierbij kun je denken aan een website, app of een nieuwsbrief of iets anders. Je kunt in de enquête aangeven of je hier belangstelling voor hebt. Je kunt de enquête tot **uiterlijk vrijdag 25 maart** invullen.



Vul hem hier in: <http://www.surveio.com/survey/d/R2A7M4B7P8I5K9F5L>

Alvast hartelijk bedankt voor het invullen!



BIJLAGE 3: OPZET ENQUÊTE

ENQUÊTEVRAGEN

Gegevens

1. Hoe lang geleden ben je afgestudeerd aan de ASS?

> 10 jaar geleden (afgestudeerd in 2005 of eerder)	7-10 jaar geleden (afgestudeerd tussen 2005 en 2008)	5-7 jaar geleden (afgestudeerd tussen 2008 en 2010)	< 5 jaar (afgestudeerd tussen 2010 en 2015)
---	---	--	--

2. Heb je SPH/MWD gedaan?

SPH voltijd	SPH deeltijd	MWD voltijd	MWD deeltijd
-------------	--------------	-------------	--------------

3. Welke verdiepingsminor heb je gevolgd?

Creatief agogisch werken	Gedwongen hulpverlening, justitiële hulpverlening	Geestelijke gezondheidszorg, maatschappelijke opvang en verslavingszorg	Hulpverlening aan gehandicapten	Jeugdzorg	
Ouderenzorg	Pedagogiek	Relationele en gezinsgerichte hulpverlening	Samenlevingsopbouw	Toegepaste psychologie	Anders, nl...

4. In welke sector ben je werkzaam?

Geestelijke gezondheidszorg	Ouderenzorg	Jeugdzorg	Buurtzorg/wijkteam
Gehandicaptenzorg	Schuldhelpverlening	Gedwongen hulpverlening, justitiële hulpverlening	Vluchtelingenhelp
Algemeen maatschappelijk werk	Dak- en thuislozen	Verslavingszorg	Gezinsbuisverlening
Ik heb momenteel geen baan	Ik ben werkzaam in een andere sector dan de sociale sector		Anders, nl...

5. Welke creatief agogische competenties worden er nu van jou als sociale professional verwacht?

Innoverend vermogen	Nieuwe oplossingen bedenken	Creativiteit
Out-of-the box denken	Flexibiliteit, meebewegen	Kansen creëren
Ontwikkelingsgericht	Open houding	Experimenteren
Ondernemend zijn	Muzisch interveniëren	Ontwerpend
Mogelijkheden zien en creëren	Eigen plan durven trekken	Anders, nl.

7. Maak je in je werk gebruik van creatief (ook wel muzisch) agogische methodiek?

Ja	Nee	Weet ik niet
----	-----	--------------

6. Over welke creatief agogische competenties beschik je al?

Innoverend vermogen	Nieuwe oplossingen bedenken	Creativiteit
Out-of-the box denken	Flexibiliteit, meebewegen	Kansen creëren
Ontwikkelingsgericht	Open houding	Experimenteren
Ondernemend zijn	Muzisch interveniëren	Ontwerpend
Mogelijkheden zien en creëren	Eigen plan durven trekken	Anders, nl.

8. Stelling: 'Ik vind creatief agogisch werken belangrijk in mijn beroep.'

Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
-----------------	--------	----------	------	---------------

9. Wat doe je om je creatief agogische competenties te onderhouden en/of te vergroten?

Ik volg zelfstandig cursussen (zelden tot regelmatig)	Ik volg gezamenlijk met mijn team cursussen (zelden tot regelmatig)	Ik zoek online naar informatie of manieren om mijn competenties te vergroten
Ik vraag om extra informatie bij collega's of kennissen	Ik laat me bijscholen via een onderwijsinstelling	Ik probeer zelf manieren uit en leer hiervan
Ik lees me in via vakbladen (Maatwerk, Sozio)	Ik doe niets om mijn creatief agogische competenties te onderhouden en/of vergroten	Anders, nl...

10. In welke creatief agogische competenties zou je nog willen groeien?

Innoverend vermogen	Nieuwe oplossingen bedenken	Creativiteit
Out-of-the box denken	Flexibiliteit, meebewegen	Kansen creëren
Ontwikkelingsgericht	Open houding	Experimenteren
Ondernemend zijn	Muzisch interveniëren	Ontwerpend
Mogelijkheden zien en creëren	Eigen plan durven trekken	Anders, nl.

11. Stelling: 'Als er een gratis bron komt om alumni te ondersteunen bij het inzetten van hun creatief agogische competenties, dan zou ik die gebruiken.'

Absoluut niet	Waarschijnlijk niet	Weet ik niet	Misschien	Waarschijnlijk wel	Zeker wel
---------------	---------------------	--------------	-----------	--------------------	-----------

Zou je je antwoord hieronder willen verduidelijken?

12. Mogen wij naar aanleiding van deze enquête contact met je opnemen om wat je wat vragen te stellen? Vul dan hieronder je e-mailadres in.

13. Wil je op de hoogte worden gehouden van het ondersteunende middel dat naar aanleiding van dit onderzoek wordt ontwikkeld? Vul dan hieronder je e-mailadres in.

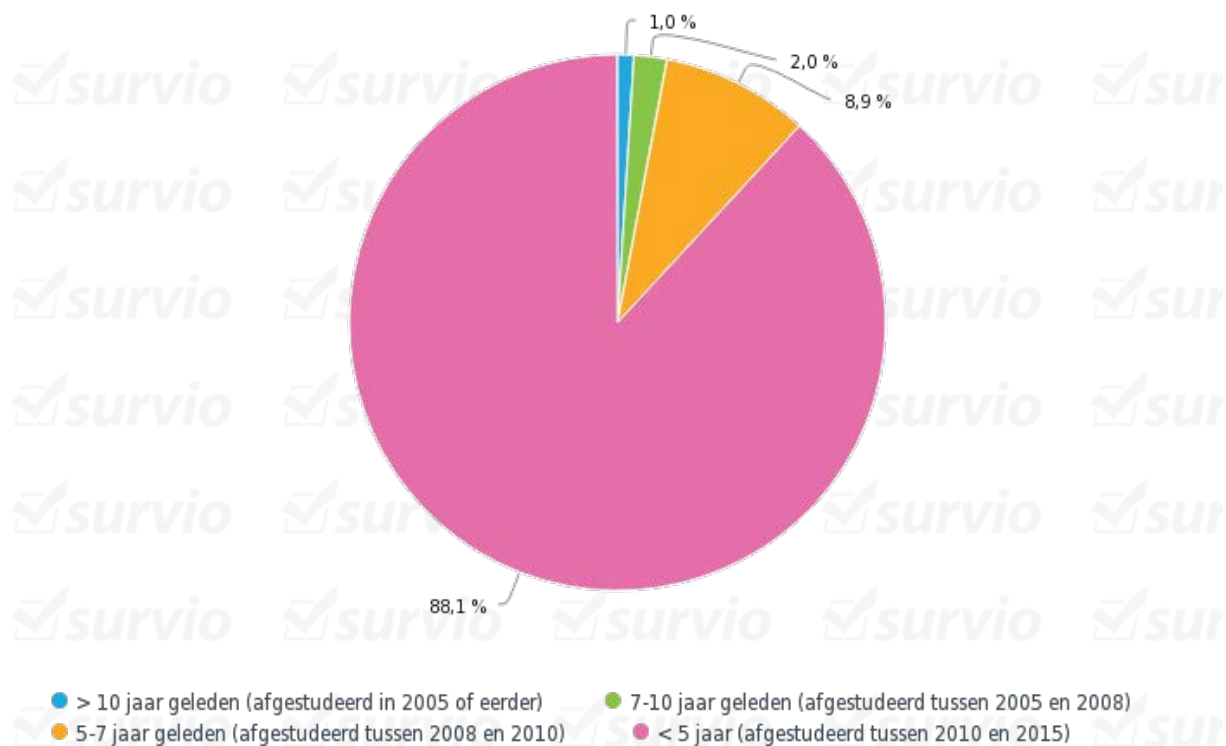
14. Heb je naar aanleiding van deze enquête nog opmerkingen of vragen?

Hartelijk bedankt voor het invullen van deze enquête!

BIJLAGE 4: UITKOMSTEN ENQUÊTE

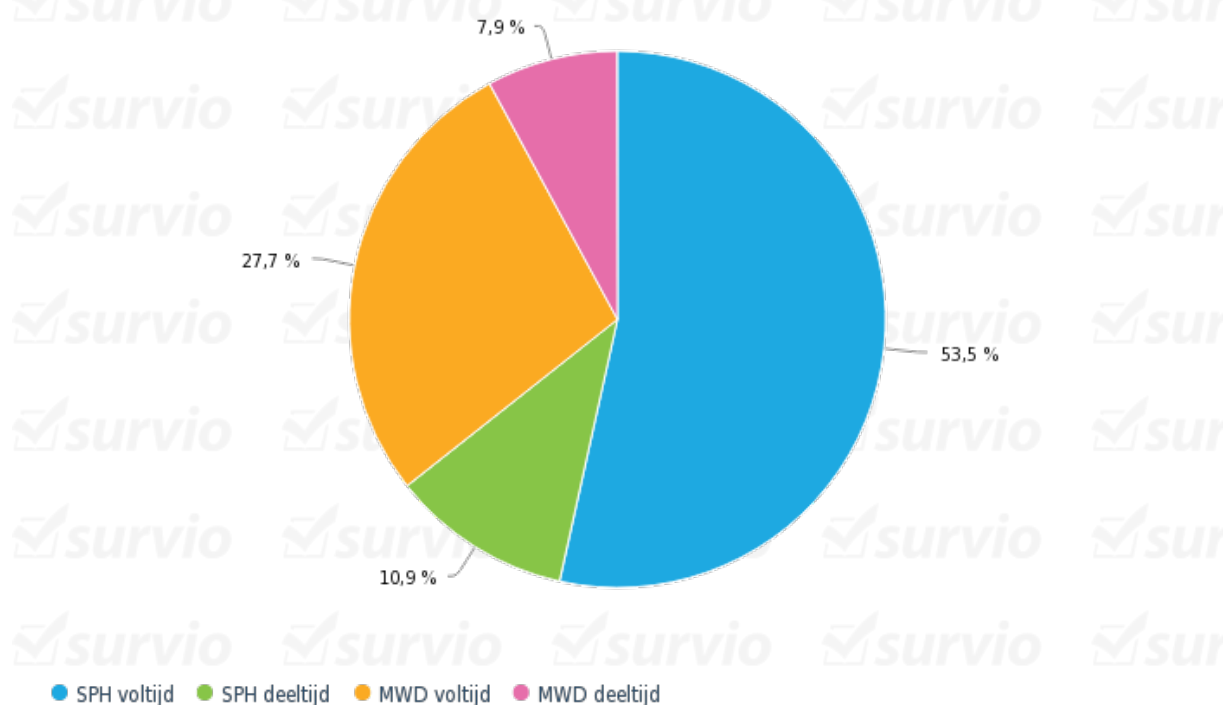
Vraag 1

Hoe lang geleden ben je afgestudeerd aan de Academie Sociale Studies?



Vraag 2

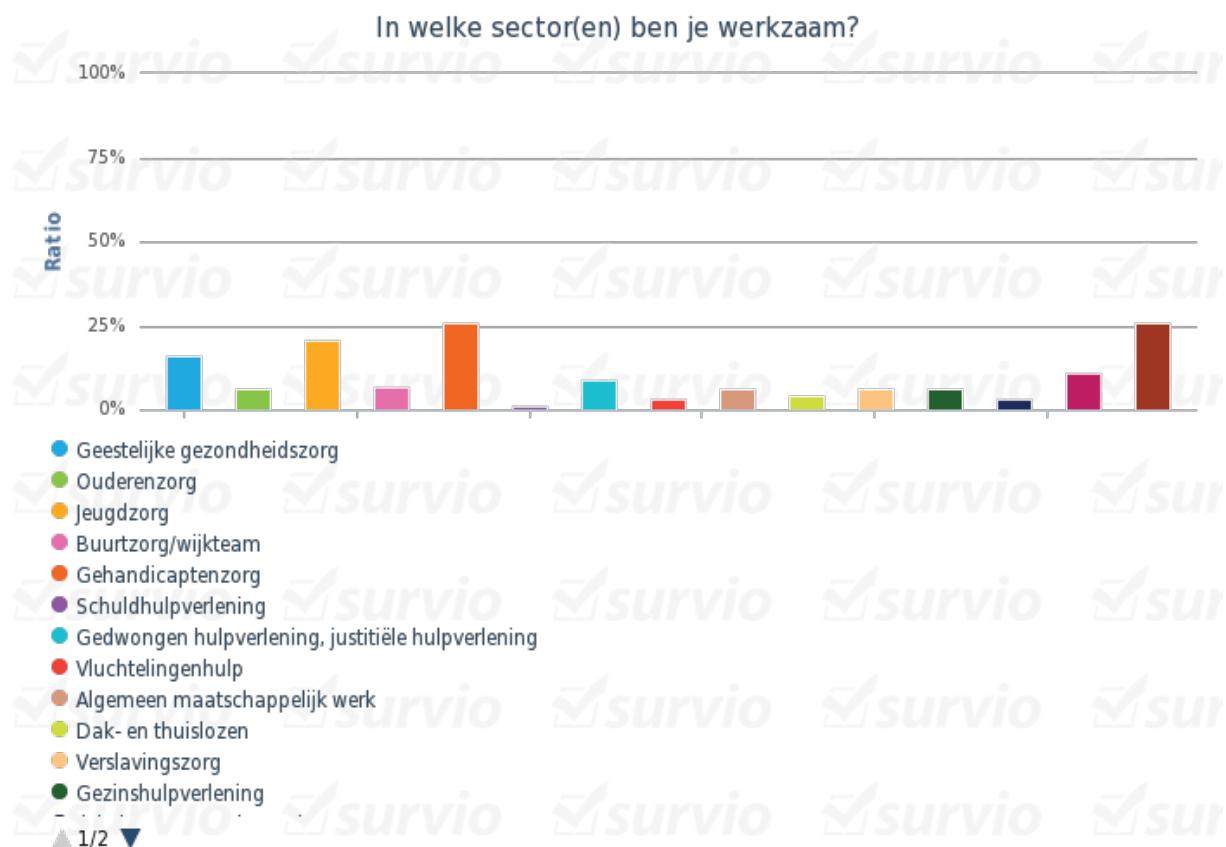
Heb je SPH/MWD gedaan?



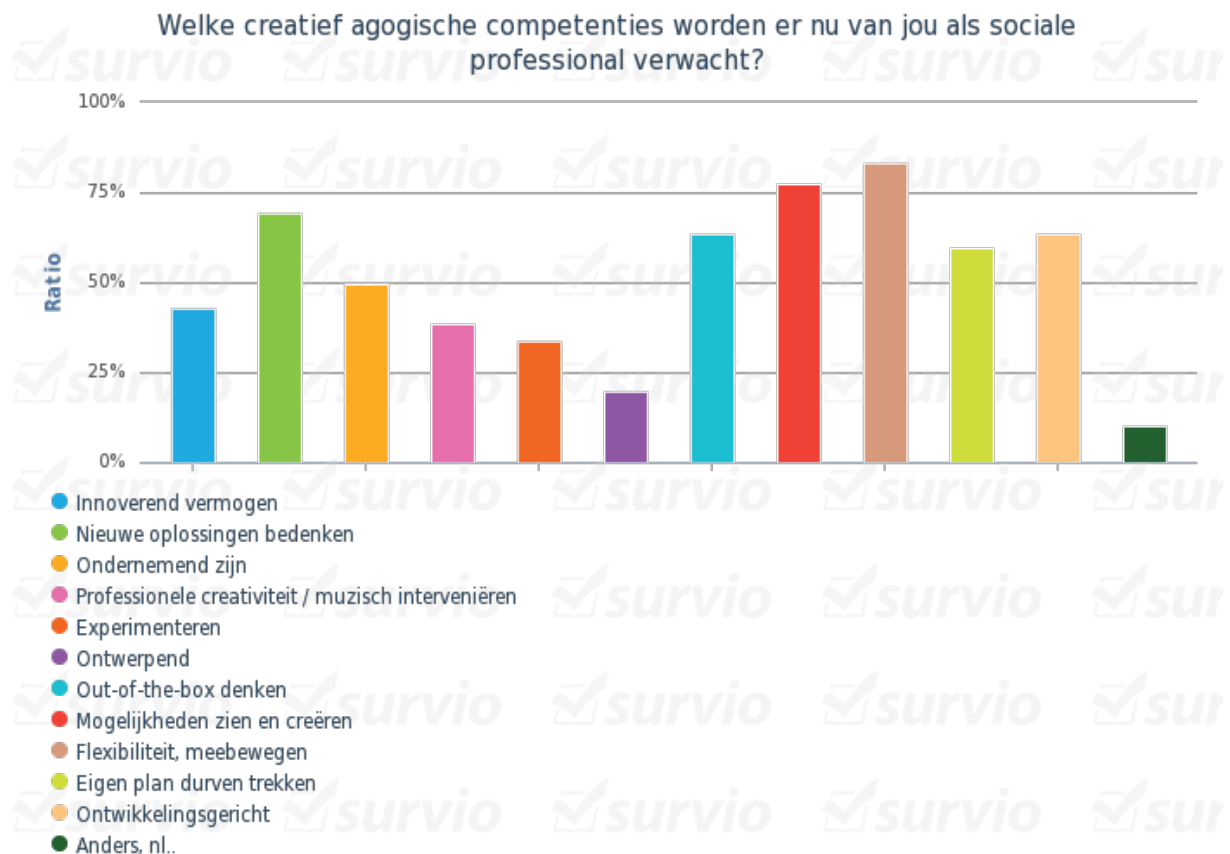
Vraag 3



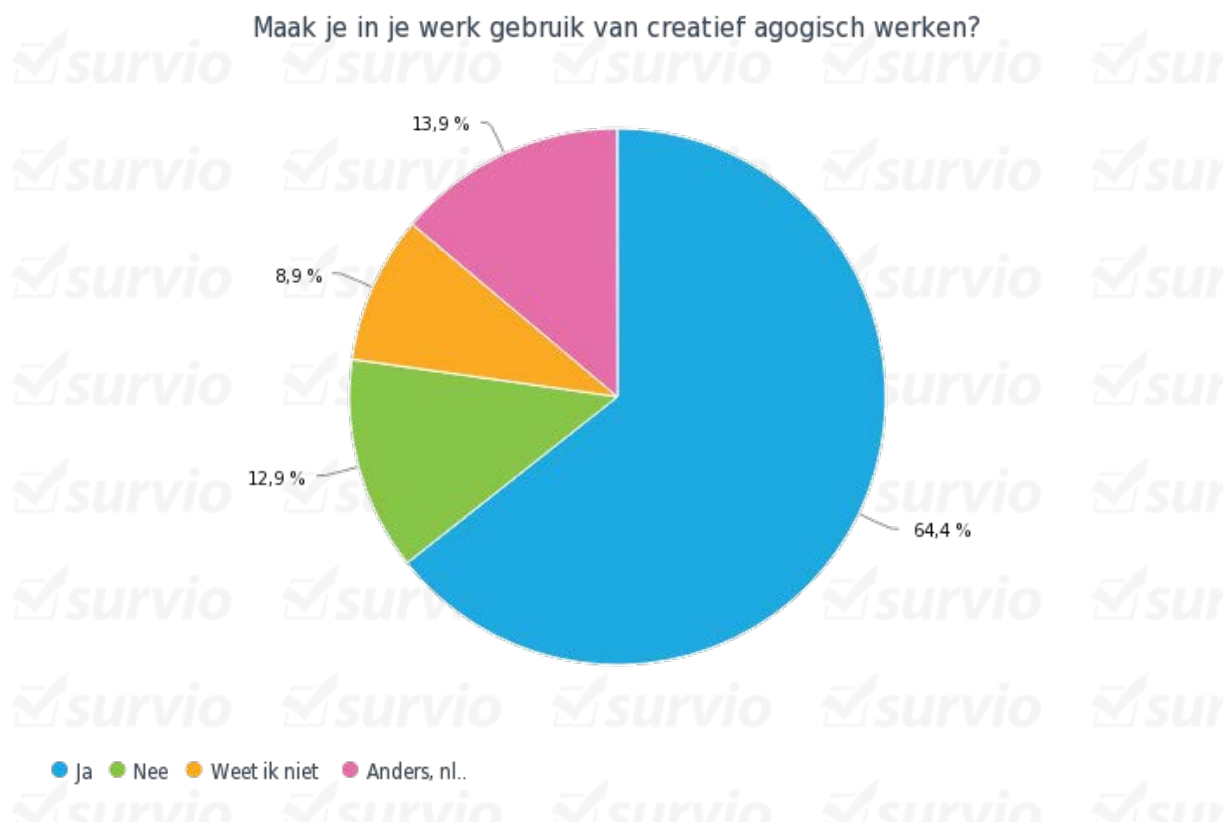
Vraag 4



Vraag 5

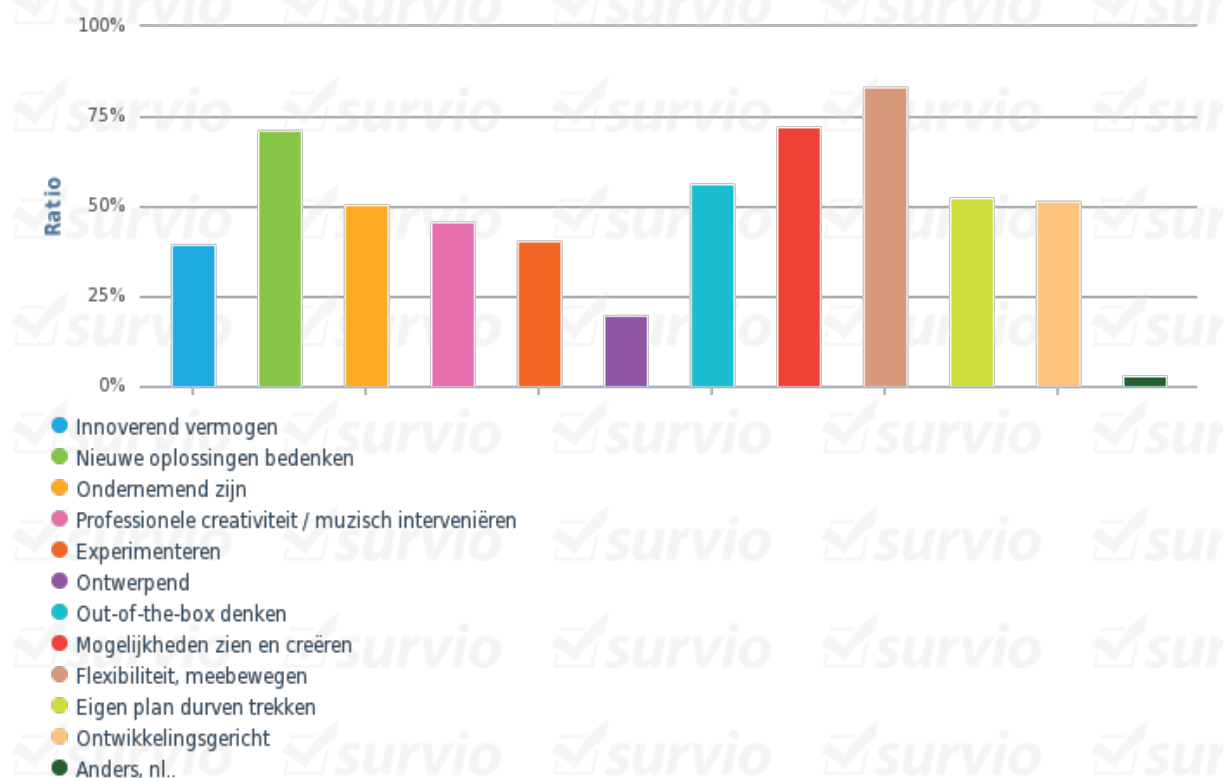


Vraag 6



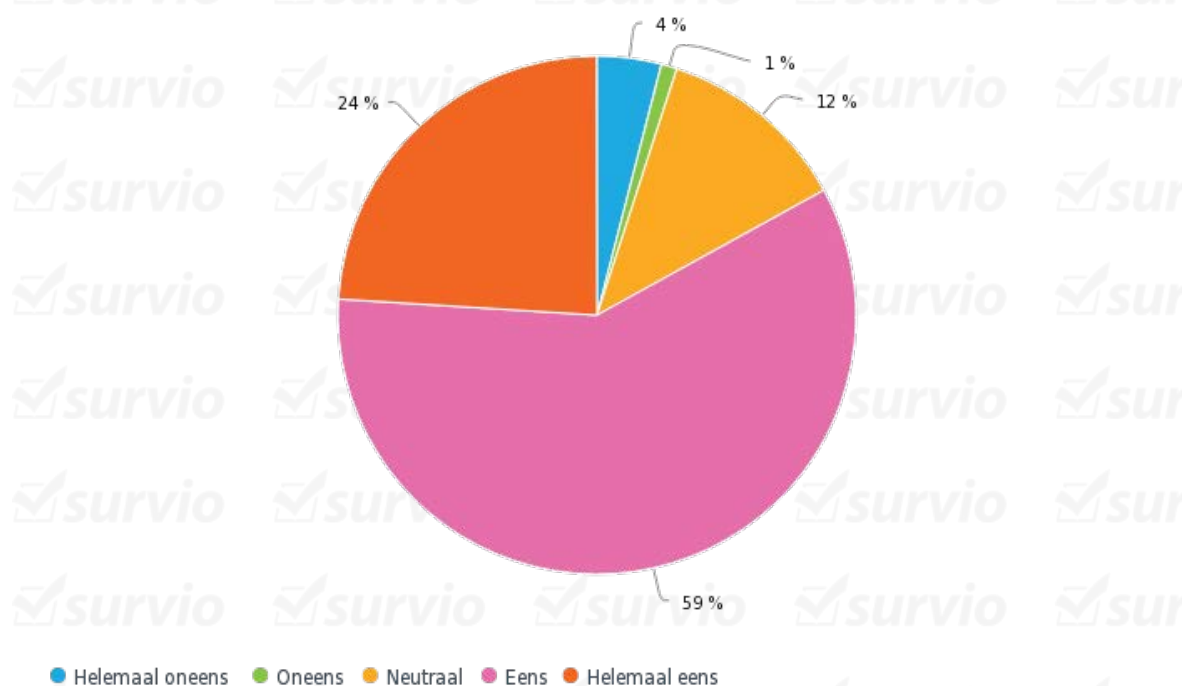
Vraag 7

Over welke creatief agogische competenties beschik je al?



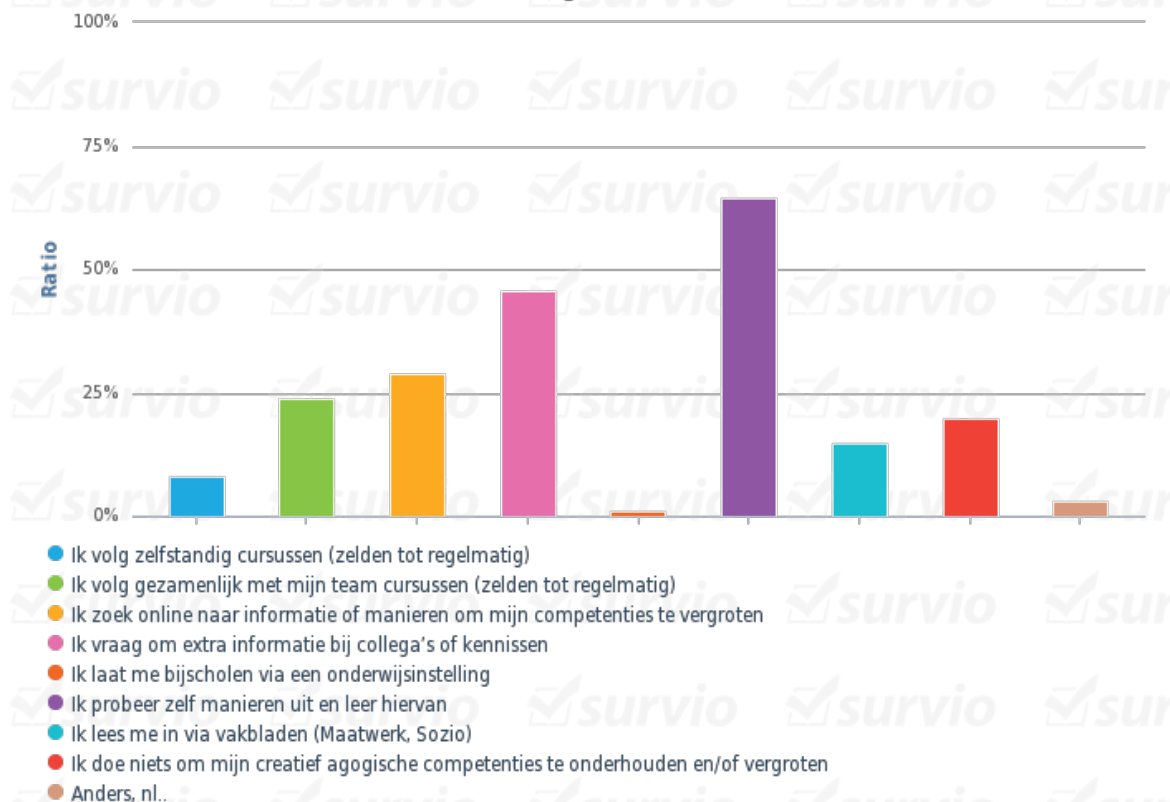
Vraag 8

Stelling: 'Ik vind creatief agogisch werken belangrijk in mijn beroep.'



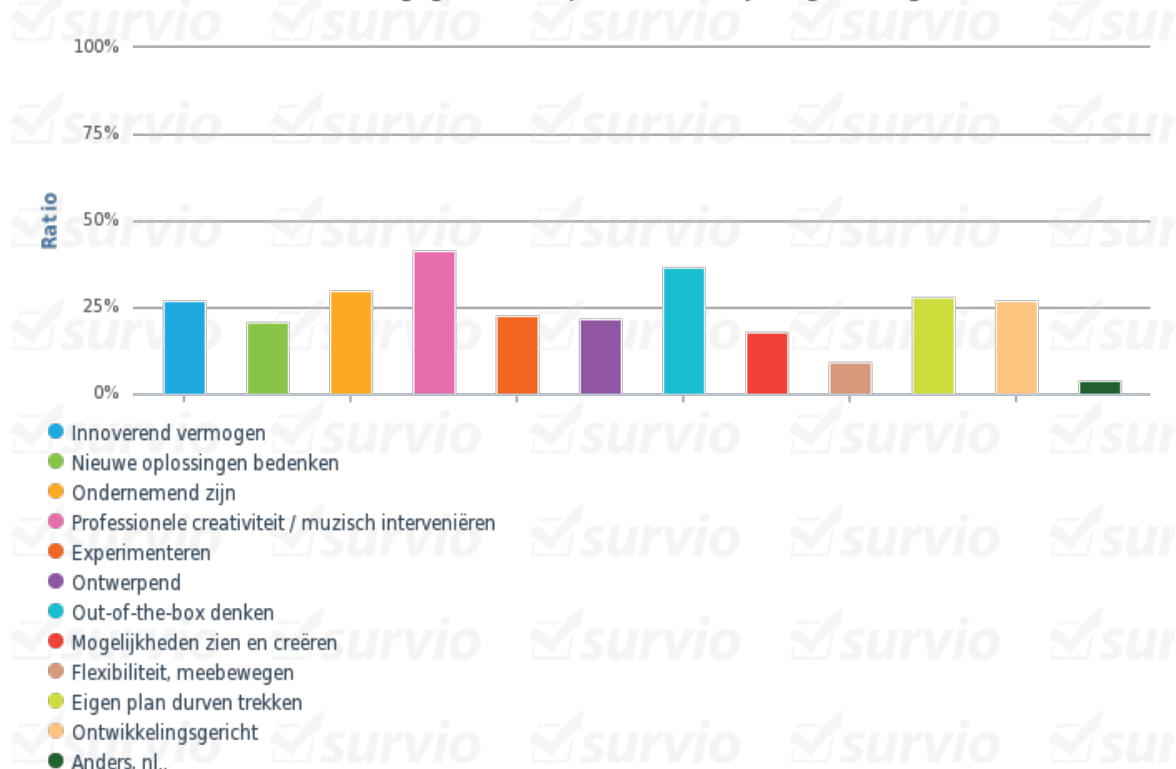
Vraag 9

Wat doe je om je creatief agogische competenties te onderhouden en/of te vergroten?



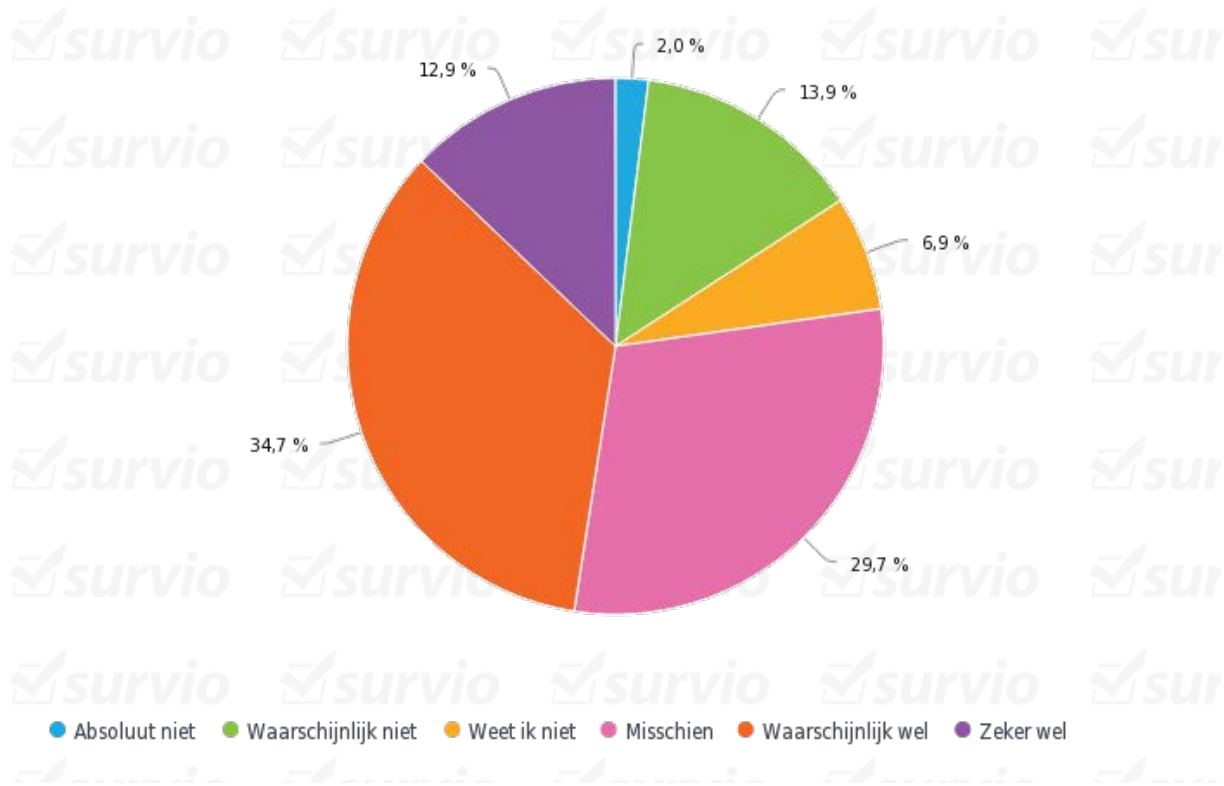
Vraag 10

In welke creatief agogische competenties zou je nog willen groeien?



Vraag 11

Stelling: 'Als er een gratis middel (website, app, nieuwsbrief of iets anders) komt om alumni te ondersteunen bij het inzetten van hun creatief agogische competenties, dan zou ik daar gebruik van maken'



Vraag 12 Welke inhoud van zo'n gratis middel zou aansluiten op jouw behoeften op het gebied van creatief agogisch werken?

- Praktische werkvormen die zo te gebruiken zijn in de praktijk
- Muzisch agogische middelen om gedrag (moeilijk verstaanbaar gedrag: gedragsproblemen om te buigen)
- Overzicht van beschikbare creatieve interventies per problematiek/onderwerp.
- Hoe met sport en spel de jongeren goed te bereiken
- Ik zou een app of site voor me zien die onderverdeeld is in verschillende doelgroepen. Per doelgroep kan je dan artikelen bekijken, casussen, samen naar creatieve oplossingen brainstormen etc. Misschien ook een databank met creatieve werkvormen?
- Pinterest achtige ideeën delen voor cliënten met laag niveau - oefeningen om bijvoorbeeld asielzoekers creatief te begeleiden (richting therapie) - tips om out-of-the-box te blijven kijken / hoe blijf je creatief denken? - dingen die realistisch zijn aangezien er wel steeds minder tijd is voor creatief doen en zelfs voor denken, al is het hard nodig
- Als er praktische tips in worden beschreven
- Data aan ideeën /manier van werken evt. gekoppeld aan verschillende problematieken
- Manieren om laagdrempelig creatief agogische methodes in te kunnen zetten.
- Interventies die aansluiten bij de doelgroep GGZ en NaH
- vooral ideeën voor werkvormen en creatieve middelen
- Lastig aan te geven. Creativiteit en bewindvoering zijn een andere combinatie dan wanneer je echt hands-on met cliënten bezig bent. Het zou me wel interesseren als er manieren zijn om creativiteit een rol te laten spelen in mijn bedrijfsvoering (creatiever ondernemen) en wellicht ook in de relatie met mijn klanten.

- Competenties van kandidaten inzichtelijk maken en muzisch/creatief bespreekbaar maken en in ontwikkeling hebben
- Het vergroten van sociale competenties bij autistische kinderen. Het leren kennen en herkennen van emoties door kinderen
- Geen idee
- actualiteiten, prikkelende ideeën, inspirerende verhalen
- laat me verrassen
- Ideeën voor werkvormen met een groep, leuke links die je kunt opzoeken, iemand aan het woord die het in zijn beroepspraktijk inzet waar je van kunt leren
- Specifieke middelen met daarbij korte toelichting hoe die te gebruiken en waarom.
- Niet zulke vage termen.
- per vakgebied en doelgroep mogelijkheden en interventies
- korte spelletjes voor verschillende doelgroepen.
- Zowel praktische handvaten als inhoudelijke onderbouwing.
- Concrete interventies die ik kan toepassen in het werk
- Beroepsgericht informatie binnen mijn interesses.
- Leuke werkvormen die je kunt gebruiken uiteenzetten.
- X
- Makkelijk te bereiken
- een aantal tips of oefeningen binnen bepaalde thema's waarmee wij aan de gang kunnen. nu zoeken we nog wel eens iets op via internet.
- Ik zou vooral behoefte hebben aan tools die je samen met de cliënt kan gebruiken. Ik werk met lvb+ jongeren die veelal leren door visueel ondersteunende middelen. Kookboeken en schoonmaakschema's zijn echt niet meer hip maar ik denk dat als ze via een app bij dit soort dingen terecht kunnen, dit laagdrempeliger werkt
- Voorbeelden uit de praktijk Werkbladen voor psychosociale hulpverlening Tips voor literatuur over creatief agogisch werken Tips voor cursussen op gebied van creatief agogisch werken
- Gebruik maken van humor
- Opdrachten voor klanten om te reflecteren op hun handelen, of te ontdekken wat ze leuk vinden, waar ze goed in zijn
- Bijvoorbeeld een website of App waarop je tools hebt die je in kan zetten. Dit zorgt ervoor dat je niet op zoek hoeft (tijd is geld, en geld is er weinig :) En wellicht een forumachtig iets waarop je met elkaar kan delen wat goed werkt en wat niet?
- Ideeën per doelgroep, praktische tools
- Tips hoe je een jongere niet alleen in gesprekken, maar ook d.m.v. creatief agogisch werken verder kan helpen.
- vooral creativiteit in didactiek en op het gebied van gespreksvoering
- Voorbeelden bijv. d.m.v. Youtube filmpjes, praktijkverhalen, ideeën, contactgegevens van hulpverleners/instellingen/kenniscentra omtrent het onderwerp.
- Meer kennis te krijgen over hoe je drama kan doorvoeren binnen de hulpverlening.
 - blog - weetje - tips en trucks
- Geen idee, ik werk nu niet in de praktijk van social work, dus zou geen voorbeeld kunnen bedenken hoe ik geholpen kan worden. Misschien een gratis online bewustwordingscursusje ofzo...? Om je bewust te maken van wat je al wel in huis had, maar waar je ook nog meer gebruik van zou kunnen maken?
- Bv via een app verhalen en voorbeelden van mede hulpverleners. Vooral visueel
 - voorbeeld casussen waarin een creatief agogische interventie goed uitpakte
- Het stimuleren van het op zoek gaan naar mogelijkheden. Dus artikelen en ideeën die mijn creativiteit prikkelen en mij helpen verder te denken.

- Persoonlijke verhalen van mensen die met een complexe doelgroep werken en hoe zij omgaan met lastige problemen of hoe mensen uit te dagen tot ontwikkeling. Theorie over agogisch werken, achtergrond informatie.
- Eerlijk gezegd weet ik niet of ik daar gebruik van zou maken. Vind het heel leuk om creatief bezig te zijn en vind het ook een perfect middel bij alles. Maar aangezien SPH/MWD meer gericht is op andere beroepsgroepen en je van alle kanten al zoveel extra informatie krijg, weet ik niet of ik hiervan gebruik van zou maken.
- Tips en trucs
- Handvatten en creatieve ideeën voor verschillende doelgroepen of chats waar mensen tegenaan lopen. Zo kan er (h)erkenning zijn en out of the box ideeën ontstaan
- Aansluiting bij de doelgroep. 'Gewone' kinderen en bijzondere kinderen bijvoorbeeld.
- Interventies die gemakkelijk in te zetten en uit te voeren zijn.
- relevante ontwikkelingen op het gebied van creatief agogisch werken, prikkelende en uitdagende informatie om na te denken waardoor ik in gang gezet wordt om dit toe te passen of uit te proberen.
- Visieontwikkeling t.a.v. werkveld. Maatschappelijke ontwikkelingen gekoppeld aan ons werkveld. Praktijkvoorbeelden van nieuwe creatieve en innoverende vormen van werken binnen social work.
- Actualiteiten, omgaan met veranderingen binnen de instelling. Het durven omdenken, out of the box, ervaringsverhalen van andere medewerkers, verhalen van cliënten.
- Nieuwe dingen om te kunnen gaan doen, ideeën opdoen Welke middelen goed zijn voor welke mensen, wat je er mee kunt
- -Goede tips (out of the box ideeën) wat te doen als ik vast zou lopen in de begeleiding met een cliënt. - Succes verhalen van cliënten (ervaringsdeskundigen). -Voorbeelden (filmpjes, verhalen)
- Ik weet niet zo snel wat de definitie is van creatief agogisch werken
- Concreet en vernieuwend
- nieuwe methodes/technieken
- Tijdschrift / post
- Kinder- en jeugd werk in vrijetijdsfeer
- Makkelijk leesbare tips of filmpjes met informatie, methodieken of stukjes waarin je hulpverleners aan te denken zet!
- Interessante nieuwe artikelen over out of the box denken, ondernemend zijn.
- Ik zou graag verhalen lezen over succesvolle casussen waarin creatief agogisch werd gewerkt.
- uitwerkingen van ideeën of muzische opdrachten voor jongeren --> echt praktisch gericht op het delen van ideeën of materialen.
- Tekst, videomateriaal, korte online workshopjes, een platform om te overleggen of anderen mee te laten denken in een project dat je wilt starten of kleine interventie die je wilt plegen. Zou handig zijn als app op telefoon of op een website.
- Ideeën per doelgroep
- activiteiten met kinderen onder de 2 a 3 jaar
- iets waarin ervaringen, tips en tricks staan
- De inhoud zou wat mij betreft praktisch mogen zijn. Wat werkt wel/niet in bepaalde situaties. Leren van elkaar is heel belangrijk.
- -
- Ik werk met EMB cliënten dus ik zou graag informatie willen die aansluit bij bijvoorbeeld sensomotorisch gerichte activiteiten en bijvoorbeeld ideeën voor activiteiten die ik kan doen wanneer ik één op één begeleiding geef
- Tips om creatief agogisch te werken met hoge tijdsdruk om zo misschien tijd te winnen in de toekomst door een andere manier v aanpak!
- laagdrempelige creatieve interventies, passend bij zowel verschillende GGZ doelgroepen als ook bij specifiek te kiezen doelgroepen (denk aan Autisme Spectrum Stoornissen, Dwangstoornis,

Schizofrenie enz.). Tijdens de opleiding hebben we wel eens gesproken over een handboek met creatieve interventies, dit zou fantastisch zijn, hoogstwaarschijnlijk niet gratis, vanzelf.

- Verschillende mogelijkheden om aan competenties te werken, door middel van voorbeelden uit de praktijk. Zoals projecten die out-of-the-box denken.
- Passend bij de doelgroep waar ik mee werk, dak- en thuislozen
- ?
- Verhalen en voorbeelden uit de praktijk, vooral gericht op het werken met leefgroepen, moeilijke doelgroepen. Interventies die zijn bedoeld ter ontspanning voor de patiënt maar tegelijkertijd wel therapeutisch ingezet kunnen worden.
- Tips, trucs, voorbeelden. Voor mij is het vooral fijn als dit ook aansluit bij de doelgroep waarmee ik werk: emb

Vraag 15 Heb je naar aanleiding van deze enquête nog opmerkingen of vragen?

- Nee (5x)
- Leuk afstudeeronderzoek! Succes ermee!
- Ik ben niet werkzaam in de hulpverlening, maar zit nu op een administratiekantoor. Dat is ook de reden dat ik het niet hoeft te gebruiken, maar er daarom ook niet verder in wil leren. Komt dat goed uit de enquête? Kunnen jullie dat filteren, want als meerdere mensen geen interesse hebben omdat ze er niet mee werken zou dat invloed kunnen hebben op het gemiddelde, hoewel zij eigenlijk niet meegenomen zouden moeten worden...
- Ik hoop dat jullie mijn e-mailadres nuttig zullen gebruiken en zorgen voor concrete content over het onderwerp waar ik hem voor ingevuld heb....
- Succes!
- ik kon bij 1 vraag mijn antwoord niet volledig kwijt in de antwoord balk. dit is wel jammer
- Leuk dat jullie onderzoek doen naar dit onderwerp. Ik ben gaan doorstuderen na m'n SPH. De vragenlijst waar naar mijn idee niet gemaakt voor mensen die niet werken. Echter had ik geen optie vragen over te slaan. Mogelijke betere opties was aangeven dat dit alleen voor werkende respondenten is. Of een optie in de vragenlijst inbouwen dat mensen die niet werken doorgesluist worden naar andere vragen. Heel veel succes met het schrijven van de resultaten/ rest van scriptie!
- veel succes met jullie onderzoek!
- n.v.t.
- Leuk bedacht dit onderzoek! Ik ga meteen weer denken aan wat ik heb geleerd en of ik het toepas. Hoe ik het meer kan toepassen etc. Jullie gaan veel lol hebben aan deze afstudeeropdracht! Succes!
- Succes met afstuderen!! :)
- Wellicht wat concreter uitleggen aan het begin wat je bedoelt met creatief agogisch werken.
- Succes met jullie onderzoek
- Super leuk! Ik ben benieuwd wat er uit jullie onderzoek gaat komen!
- nee ik wens jullie succes
- Veel succes met het uitwerken van de enquête en de verdere stappen in jullie onderzoek!
- Succes!
- Succes met afstuderen!
- De resultaten zullen misschien wat vreemd zijn omdat ik in een ander beroepenveld (een eigen onderneming) terecht ben gekomen. Ook daar moet ik wel eens agogisch werken, maar het is misschien niet wat jullie bedoelen.
- Ja, interview mensen ook over ervaringen in de praktijk. Bijv. bij ons zijn we veel bezig om creativiteit in te zetten ook bij de cliënt.
- Succes!!!
- nee
- Succes ermee.
- Leuk onderzoek, succes!
- Veel plezier met het verwerken van de resultaten en het verdere onderzoek.
- Leuk dat jullie dit doen. Op mijn opleiding op de CHE heeft voor mijn gevoel weinig de focus gelegen op creatief werken met cliënten met een verstandelijke beperking. Terwijl dit een van de weinige werkvelden is waar je momenteel als sph'er terecht kunt dus ik ben heel benieuwd waar jullie mee komen!

- mocht het geen gratis middel worden maar een betaald middel dan de tip voor een boek waarin alle creatief agogische interventies en middelen beschreven staan aan te bevelen. ik ben op zoek/ zeer benieuwd of zoiets er al is of ooit komt.
- Veel succes!
- Opmerking: Tijdens de opleiding heb ik geleerd wat het creatief agogisch werken kan opbrengen. Graag zou ik dit gebruiken binnen mijn werk, maar in de praktijk (en ik denk dat dit een heel breed spelend probleem is) heb ik gewoonweg de tijd en materialen niet om dit toe te passen. Daarnaast vraagt agogisch werken binnen een gesloten kader ook een wat andere benadering (met name loop ik vaak tegen het veiligheidsaspect aan).

Labels en kernthematabel enquête vraag 12

Label	Fragnr	Tekstfragment
Tips	E.1	Tips en trucs
Ideeën Doelgroep Chat	E.2	Handvatten en creatieve ideeën voor verschillende doelgroepen of chats waar mensen tegenaan lopen. Zo kan er (h)erkenning zijn en out of the box ideeën ontstaan
Doelgroep	E.3	Aansluiting bij de doelgroep. 'Gewone' kinderen en bijzondere kinderen bijvoorbeeld.
Interventies	E.4	Interventies die gemakkelijk in te zetten en uit te voeren zijn.
Ontwikkelingen Theorie en informatie Verder denken	E.5	Relevante ontwikkelingen op het gebied van creatief agogisch werken, prikkelende en uitdagende informatie om na te denken waardoor ik in gang gezet wordt om dit toe te passen of uit te proberen.
Ontwikkelingen	E.6	Visieontwikkeling t.a.v. werkveld. Maatschappelijke ontwikkelingen gekoppeld aan ons werkveld.
Voorbeelden	E.7	Praktijkvoorbeelden van nieuwe creatieve en innoverende vormen van werken binnen social work.
Ontwikkelingen Out-of-the-box denken (Succes)ervaringen	E.8	Actualiteiten, omgaan met veranderingen binnen de instelling. Het durven omdenken, out of the box, ervaringsverhalen van andere medewerkers, verhalen van cliënten.
Ideeën	E.9	Nieuwe dingen om te kunnen gaan doen. Ideeën opdoen. Welke middelen goed zijn voor welke mensen, wat je er mee kunt
Tips Out-of-the-box denken (Succes)ervaringen Voorbeelden	E.10	Goede tips (out of the box ideeën) wat te doen als ik vast zou lopen in de begeleiding met een cliënt. -Succes verhalen van cliënten (ervaringsdeskundigen). -Voorbeelden (filmpjes, verhalen)
Vernieuwend	E.11	Concreet en vernieuwend
Methodieken	E.12	nieuwe methodes/technieken
Tijdschrift / post	E.13	Tijdschrift / post
Doelgroep	E.14	Kinder- en jeugd werk in vrijetijdsfeer
Tips Video Methodieken Verder denken	E.15	Makkelijk leesbare tips of filmpjes met informatie, methodieken of stukjes waarin je hulpverleners aan t denken zet!
Artikelen Voorbeelden	E.16	Interessante nieuwe artikelen over out of the box denken, ondernemend zijn.
(Succes)ervaringen	E.17	Ik zou graag verhalen lezen over succesvolle casussen waarin creatief agogisch werd gewerkt.
Ideeën	E.18	uitwerkingen van ideeën of muzische opdrachten voor jongeren --> echt praktisch gericht op het delen van ideeën of materialen.

Tekst Video Meedenken met elkaar App Website	E.19	Tekst, videomateriaal, korte online workshopjes, een platform om te overleggen of anderen mee te laten denken in een project dat je wilt starten of kleine interventie die je wilt plegen. Zou handig zijn als app op telefoon of op een website.
Ideeën Doelgroep	E.20	Ideeën per doelgroep
Doelgroep	E.21	activiteiten met kinderen onder de 2 a 3 jaar
Ervaringen Tips	E.22	lets waarin ervaringen, tips en tricks staan
Praktisch	E.23	De inhoud zou wat mij betreft praktisch mogen zijn. Wat werkt wel/niet in bepaalde situaties.
Meedenken met elkaar	E.24	Leren van elkaar is heel belangrijk.
Doelgroep Ideeën	E.25	Ik werk met EMB cliënten dus ik zou graag informatie willen die aansluit bij bijvoorbeeld sensomotorisch gerichte activiteiten en bijvoorbeeld ideeën voor activiteiten die ik kan doen wanneer ik één op één begeleiding geef
Tips	E.26	Tips om creatief agogisch te werken met hoge tijdsdruk om zo misschien tijd te winnen in de toekomst door een andere manier v aanpak!
Interventies Doelgroep	E.27	Laagdrempelige creatieve interventies, passend bij zowel verschillende GGZ doelgroepen als ook bij specifiek te kiezen doelgroepen (denk aan Autisme Spectrum Stoornissen, Dwangstoornis, Schizofrenie enz.). Tijdens de opleiding hebben we wel eens gesproken over een handboek met creatieve interventies, dit zou fantastisch zijn, hoogstwaarschijnlijk niet gratis, vanzelf.
Voorbeelden	E.28	Verschillende mogelijkheden om aan competenties te werken, door middel van voorbeelden uit de praktijk. Zoals projecten die out-of-the-box denken.
Doelgroep	E.30	Passend bij de doelgroep waar ik mee werk, dak- en thuislozen
Voorbeelden Doelgroep Interventies	E.31	Verhalen en voorbeelden uit de praktijk, vooral gericht op het werken met leefgroepen, moeilijke doelgroepen. Interventies die zijn bedoeld ter ontspanning voor de patiënt maar tegelijkertijd wel therapeutisch ingezet
Praktisch	E.32	Praktische werkvormen die zo te gebruiken zijn in de praktijk
Problematiek	E.33	Muzisch agogische middelen om gedrag (moeilijk verstaanbaar gedrag: gedragsproblemen om te buigen)
Interventies Problematiek	E.34	Overzicht van beschikbare creatieve interventies per problematiek/onderwerp.
Doelgroep	E.35	Hoe met sport en spel de jongeren goed te bereiken
Doelgroep Artikelen Creatieve werkvormen	E.36	Ik zou een app of site voor me zien die onderverdeeld is in verschillende doelgroepen. Per doelgroep kan je dan artikelen bekijken, casussen, samen naar creatieve oplossingen brainstormen etc. Misschien ook een databank met creatieve werkvormen?
Ideeën	E.37	Pinterest achtige ideeën delen voor cliënten met laag niveau - oefeningen om bijvoorbeeld asielzoekers creatief te begeleiden (richting therapie) -

Doelgroep Tips Out-of-the-box denken		tips om out-of-the-box te blijven kijken / hoe blijf je creatief denken? - - dingen die realistisch zijn aangezien er wel steeds minder tijd is voor creatief doen en zelfs voor denken, al is het hard nodig
Praktisch Tips	E.38	Als er praktische tips in worden beschreven
Ideeën Problematiek Laagdrempelig Interventies Doelgroep Werkvormen	E.39	Data aan ideeën /manier van werken evt. gekoppeld aan verschillende problematieken Manieren om laagdrempelig creatief agogische methodes in te kunnen zetten. Interventies die aansluiten bij de doelgroep GGZ en NaH vooral ideeën voor werkvormen en creatieve middelen
Problematiek Doelgroep	E.40	Lastig aan te geven. Creativiteit en bewindvoering zijn een andere combinatie dan wanneer je echt hands-on met cliënten bezig bent. Het zou me wel interesseren als er manieren zijn om creativiteit een rol te laten spelen in mijn bedrijfsvoering (creatiever ondernemen) en wellicht ook in de relatie met mijn klanten.
Inzichtelijk maken	E.41	Competenties van kandidaten inzichtelijk maken en muzisch/creatief bespreekbaar maken en in ontwikkeling hebben
Doelgroep Problematiek	E.42	Het vergroten van sociale competenties bij autistische kinderen. Het leren kennen en herkennen van emoties door kinderen
Actualiteit Ideeën Verhalen	E.43	actualiteiten, prikkelende ideeën, inspirerende verhalen
Ideeën Werkvormen Links Voorbeelden	E.44	ideeën voor werkvormen met een groep, leuke links die je kunt opzoeken, iemand aan het woord die het in zijn beroepspraktijk inzet waar je van kunt leren
Middelen	E.45	Specifieke middelen met daarbij korte toelichting hoe die te gebruiken en waarom.
Doelgroep Interventies	E.46	Per vakgebied en doelgroep mogelijkheden en interventies
Doelgroep	E.47	Korte spelletjes voor verschillende doelgroepen
Praktisch Onderbouwing	E.48	Zowel praktische handvaten als inhoudelijke onderbouwing.
Interventies	E.49	Concrete interventies die ik kan toepassen in het werk
Beroepsgericht	E.50	Beroepsgericht informatie binnen mijn interesses.
Werkvormen	E.51	Leuke werkvormen die je kunt gebruiken uiteenzetten.
Makkelijk te bereiken	E.52	Makkelijk te bereiken
Tips	E.53	een aantal tips of oefeningen binnen bepaalde thema's waarmee wij aan de gang kunnen. nu zoeken we nog wel eens iets op via internet.
Doelgroep App	E.54	Ik zou vooral behoefte hebben aan tools die je samen met de cliënt kan gebruiken. Ik werk met lvb+ jongeren die veelal leren door visueel ondersteunende middelen. Kookboeken en schoonmaakschema's zijn echt niet meer hip maar ik denk dat als ze via een app bij dit soort dingen terecht kunnen, dit laagdrempeliger werkt

Voorbeelden Tips	E.55	Voorbeelden uit de praktijk Werkbladen voor psychosociale hulpverlening Tips voor literatuur over creatief agogisch werken Tips voor cursussen op gebied van creatief agogisch werken
Humor	E.56	Gebruik maken van humor
Opdrachten Website App Kosten weinig tijd Forum Met elkaar delen	E.57	Opdrachten voor klanten om te reflecteren op hun handelen, of te ontdekken wat ze leuk vinden, waar ze goed in zijn Bijvoorbeeld een website of App waarop je tools hebt die je in kan zetten. Dit zorgt ervoor dat je niet op zoek hoeft (tijd is geld, en geld is er weinig :) En wellicht een forumachtig iets waarop je met elkaar kan delen wat goed werkt en wat niet?
Ideeën Doelgroep Praktisch	E.58	Ideeën per doelgroep, praktische tools
Tips	E.59	Tips hoe je een jongere niet alleen in gesprekken, maar ook d.m.v. creatief agogisch werken verder kan helpen.
Gespreksvoering	E.60	Vooral creativiteit in didactiek en op het gebied van gespreksvoering
Voorbeelden Video Verhalen Ideeën Contactgegevens	E.61	Voorbeelden bijv. d.m.v. Youtube filmpjes, praktijkverhalen, ideeën, contactgegevens van hulpverleners/instellingen/kenniscentra omtrent het onderwerp.
Kennis over drama	E.62	Meer kennis te krijgen over hoe je drama kan doorvoeren binnen de hulpverlening.
Blog Weetje Tips	E.63	- blog - weetje - tips en trucks
Cursus Bewustmaken	E.64	Geen idee, ik werk nu niet in de praktijk van social work, dus zou geen voorbeeld kunnen bedenken hoe ik geholpen kan worden. Misschien een gratis online bewustwordingscursusje ofzo...? Om je bewust te maken van wat je al wel in huis had, maar waar je ook nog meer gebruik van zou kunnen maken?
App Verhalen Voorbeelden Visueel	E.65	Bv via een app verhalen en voorbeelden van mede hulpverleners. Vooral visueel
Succeservaringen Artikelen Ideeën Verder denken Persoonlijke verhalen Theorie en informatie	E.66	voorbeeld casussen waarin een creatief agogische interventie goed uitpakte Het stimuleren van het op zoek gaan naar mogelijkheden. Dus artikelen en ideeën die mijn creativiteit prikkelen en mij helpen verder te denken. Persoonlijke verhalen van mensen die met een complexe doelgroep werken en hoe zij omgaan met lastige problemen of hoe mensen uit te dagen tot ontwikkeling. Theorie over agogisch werken, achtergrond informatie.

BIJLAGE 5: UITNODIGING INTERVIEWS

Mail

Beste [naam],

Ontzettend fijn dat je hebt aangegeven mee te willen werken aan een vraaggesprek over creatief agogische competenties. We horen graag van je hoe jij hierover denkt!

Zou je bereid zijn met ons af te spreken op een tijd en plaats die jou uitkomt (het liefst in de komende twee weken) om een gesprek hierover te voeren?

In de bijlage hebben we een brief voor je opgesteld waarin we ons onderzoek en het gesprek wat verder uitleggen.

We horen graag of en wanneer we met je mogen afspreken. Jouw input draagt echt iets bij aan ons onderzoek voor de CHE en aan een middel (een website bijvoorbeeld) dat gecreëerd gaat worden voor oud-studenten.

Hopelijk tot snel!

Hartelijke groet,

Marie van Wingerden en Lotte van den Brink

Introductiebrief interview (in bijlage)

Beste [naam],

In deze brief willen we het onderwerp van ons onderzoek nog even kort aan je voorleggen en je op de hoogte stellen van hoe we om zullen gaan met de informatie die jij ons geeft.

Wij, Marie van Wingerden en Lotte van den Brink, zijn bezig met het uitvoeren van ons afstudeeronderzoek in opdracht van Wilma Terlouw, docent beeldende kunst en vormgeving aan de Christelijke Hogeschool Ede. Het onderzoek zal gaan over hoe alumni hun **creatief agogische competenties** toepassen en funderen. Ook onderzoeken we wat zij nodig hebben ter ondersteuning op dit gebied. Het gaat dus over jou! Hieronder kun je lezen wat 'creatief agogische competenties' inhouden.

Creatief agogische competenties zijn samengevat de kennis, vaardigheden en grondhouding, waarmee op een bewuste, procesmatige, doelgerichte en systematische manier gebruik gemaakt wordt van een creatief proces van divergeren en convergeren om te komen tot een verandering die leidt tot meer persoonlijk, maatschappelijk en cultureel welzijn.

Simpel gezegd willen we van jou weten hoe jij competenties op je werk inzet die aan 'creativiteit' kunnen worden gekoppeld en wat jij hierin nog zou kunnen gebruiken.

Je antwoorden op de vragen die we je zullen stellen worden gebruikt in ons verslag, dat binnen school gelezen wordt door onze opdrachtgever en mogelijk op de HBO-Kennisbank wordt geplaatst. Jouw naam zal hierbij niet worden genoemd en dus blijf je anoniem.

Het gesprek zullen we opnemen om het verbatim te kunnen uitwerken, tenzij je aangeeft dat je dit liever niet wilt. De opname zal, nadat we deze hebben uitgeschreven, worden verwijderd.

We spreken graag met je af op de tijd en plek die jou het beste uitkomt. We horen graag van je wanneer het je (het liefst in de komende twee weken) schikt.

Nogmaals alvast ontzettend bedankt voor je medewerking, door jou kunnen we werken aan een spiksplinternieuwe tool voor alumni die jij ook kunt gaan gebruiken!

Hartelijke groet,

Marie van Wingerden en Lotte van den Brink

BIJLAGE 6: INTERVIEWVRAGEN, GESORTEERD PER DEELVRAAG

<i>Deelvragen</i>	<i>Topics</i>	<i>Subtopics</i>	<i>Interviewvragen</i>	<i>Doorvraag-vragen</i>
Welke competenties op het gebied van creatief agogisch werken hebben sociale professionals nodig in het veranderende sociale werkveld?	Sociaal werkveld	Veranderingen sociaal werkveld	Wat merk je van de veranderingen in het sociale werkveld? <i>(Noem Welzijn Nieuwe Stijl)</i>	
	Creatief agogische competenties	Definitie creatief	Wat betekent 'creatief' voor jou?	
		Definitie agogisch	Wat betekent 'agogisch' voor jou?	
		Definitie creatief agogisch competent	Wat is in jouw ogen de betekenis van 'creatief agogisch competent zijn'?	
		Gevraagde kennis		
		Gevraagde vaardigheden	Welke kennis op het gebied van creatief agogisch werken wordt van jou als sociaal professional gevraagd?	
		Gevraagde houding	Welke vaardigheden op het gebied van creatief agogisch werken wordt van jou als sociaal professional gevraagd? Welke houding op het gebied van creatief agogisch werken wordt van jou als sociaal professional gevraagd?	

Over welke creatief agogische competenties die gevraagd worden vanuit het veranderende sociale werkveld beschikken alumni op dit moment?	Aanwezige creatief agogische competenties		Maak je gebruik van creatief agogische competenties? Waarom wel/ niet?	Evt. van welke creatief agogische competenties maak jij dan gebruik in je werk? Zie ook onderstaande vragen...
		Aanwezige kennis	Over welke kennis die wordt gevraagd vanuit het veranderende sociale werkveld beschik je al?	Kun je hier voorbeelden van noemen die jij in het werk gebruikt?
		Aanwezige vaardigheden	Over welke vaardigheden die worden gevraagd vanuit het veranderende sociale werkveld beschik je al?	Welke kennis gebruik jij als je creatief agogisch werkt? <i>(denk aan methodieken, werkvormen)</i>
			Hoe draagt je attitude/houding bij aan de competenties die vanuit het veranderende sociale werkveld worden gevraagd?	Hoe heb je deze kennis verworven?
		Aanwezige attitude		Welke vaardigheden zet je in? <i>(verworven technieken, ervaring)</i>
				Hoe heb je deze vaardigheden verworven?
				Op welke manier draagt je houding/attitude bij? <i>(met welke 'mindset' ben je aan het werk?)</i>
				Hoe heb je deze houding verworven?
Hoe onderhouden en vergroten alumni hun creatief agogische competenties in	Creatief agogische competenties onderhoud en	kennis en vaardigheden onderhouden en vergroten	Hoe onderhoud en vergroot je je kennis en vaardigheden?	
			Hoe werk jij aan je beroepshouding?	

het veranderende sociale werkveld?	vergroten	Creatief agogische competenties onderhouden en vergroten	Doe je dit ook op het gebied van creatief agogisch werken? Vind je zelf dat je genoeg doet op het gebied van creatief agogisch werken? Waarom wel/ niet? Wat merk je hiervan (<i>gevolgen</i>) in je werk?	Zo ja: hoe? Zo nee: waarom niet? <i>Als persoon het lastig vindt te antwoorden, noem dan voorbeelden:</i> <i>Trainingen</i> <i>Online cursus</i> <i>Bijscholen</i> <i>Informatie uit boeken</i> <i>Vaktijdschriften</i> <i>Informatie via collega's</i>
Welke ondersteunings behoefte is er onder alumni omtrent het aanvullen van kennis, vaardigheden en houding op het gebied van creatief agogische competenties?	Behoeft e ondersteu ning creatief agogische competenties Ondersteu nend	Behoeft e ondersteuning kennis Behoeft e ondersteuning vaardigheden Behoeft e ondersteuning houding Inhoud ondersteunen d middel	Zou je je kennis op het gebied van creatief agogisch werken aan willen vullen? Zou je je vaardigheden op het gebied van creatief agogisch werken aan willen vullen? Zou je willen werken aan je houding op het gebied van creatief agogisch werken? Zou je nog meer willen leren op het gebied van creatief agogisch werken? (samenvattend) Wat heb je hierbij nodig?	Heb je het gevoel dat je 'genoeg weet'? Evt. Welke kennis zou je erbij willen krijgen? Heb je het gevoel dat je 'genoeg kunt'? Heb je genoeg 'tools'? Evt. Welke vaardigheden zou je willen leren op creatief agogisch werken? Heb je het gevoel dat je de juiste 'mindset' hebt? Evt. Wat zou je willen leren om je beroepshouding aan te vullen? Zo ja, wat?

	middel	Vorm ondersteunend middel	Op welke manier zou een (digitaal) tool/middel kunnen bijdragen aan wat jij wilt leren/onderhouden? Zou je een gratis ondersteunend middel gaan gebruiken? Welke vorm zou het beste passen bij wat jij nodig hebt/wat jou aanspreekt?	
--	--------	---------------------------	--	--

DEFINIËRING VAN DE KERNTHEMA'S EN THEMA'S

1. **Definitie**, onderverdeeld in definitie creatief, definitie agogisch en definitie creatief agogisch competent

In ons tweede hoofdstuk zullen we 'creatief'; 'agogisch'; 'competent' en 'creatief agogische competent' definiëren.

Het kernlabel 'definitie' is onderverdeeld 'definitie creatief', 'definitie agogisch' en definitie creatief agogisch competent'.

Deze thema's omvatten de beschrijvingen die de alumni geven van de begrippen 'creatief', 'agogisch' en 'creatief agogisch competent'.

We hebben in ons tweede hoofdstuk de link gelegd tussen wat alumni verstaan onder deze begrippen en wat er uit de literatuur kan worden opgevat onder deze begrippen.

2. **Voorbeelden van creatief agogisch werken**, onderverdeeld in middelen en manieren en effect

Het kernthema voorbeelden van creatief agogisch werken gaat over de concrete manieren waarop alumni hun creatief agogische competenties inzetten in hun werk in het sociale werkveld.

Het kernthema is onderverdeeld in het thema middel en manieren en het thema effect. Met het thema middelen en manieren bedoelen we het middel waarin en de manier waarop alumni hun creatief agogische competenties gebruiken.

Het thema effect gaat over het effect dat het inzetten van creatief agogische competenties had op de cliënt, de hulpverlener en/ of de omgeving.

3. **Veranderingen**, onderverdeeld in veranderingen en gevolgen voor werk

In het tweede hoofdstuk bespreken we in de eerste deelvraag welke competenties gevraagd worden vanuit het veranderende sociale werkveld. We onderzoeken onder andere welke veranderingen de afgelopen vijf jaar hebben plaatsgevonden in het sociale werkveld en de invloed daarvan op de benodigde creatief agogische competenties. Met het kernthema veranderingen bedoelen we daarom de veranderingen in de zorg die de afgelopen vijf jaar hebben plaatsgevonden en de invloed daarvan op het sociale werkveld waarin de alumni werken.

Het kernthema veranderingen is opgedeeld in het thema veranderingen, waarmee we de veranderingen van de afgelopen vijf jaar bedoelen en het thema gevolgen voor werk waarmee we de gevolgen bedoelen die alumni ervaren in hun werk na aanleiding van de veranderingen van de afgelopen vijf jaar.

4. **Benodigde competenties**, onderverdeeld in kennis, vaardigheden en houding

Onder 'benodigde competenties' verstaan wij de competenties, dus de kennis, vaardigheden en houding (zoals ook gedefinieerd in hoofdstuk 2), die de alumni beschrijven nodig te hebben in het sociale werkveld.

We maken hierin nog geen onderscheid tussen creatief agogische en niet-creatief agogische competenties.

5. **Gebruikte en aanwezige competenties**, onderverdeeld in kennis, vaardigheden en houding

In het derde hoofdstuk beantwoorden we de tweede deelvraag over welke competenties de alumni op dit moment beschikken. In het interview hebben we daarom gevraagd welke competenties, dus de kennis, vaardigheden en houding (zoals ook gedefinieerd in hoofdstuk 2), de alumni gebruiken om creatief agogisch te kunnen werken. Met het kernthema gebruikte en aanwezige competenties bedoelen we de competenties die alumni gebruiken en waar ze over beschikken.

Het kernthema is verdeeld in de thema's kennis, vaardigheden en houding,

We maken hierin nog geen onderscheid tussen creatief agogische en niet-creatief agogische competenties.

6. **Bronnen**

Onder 'bronnen' verstaan we de oorsprong van informatie waar de alumni hun creatief agogische competenties, dus hun kennis, vaardigheden en houding op het gebied van creatief agogisch werken, hebben opgedaan.

We hebben het hier niet over de manieren waarop alumni op dit moment informatie verwerven, maar de manieren waarop zij dit in het verleden hebben gedaan en op die manier hun basis hebben gelegd.

7. Onderhouden en vergroten competenties

Met 'onderhouden en vergroten competenties' bedoelen we de manieren waarop alumni op dit moment hun kennis, vaardigheden en houding op het gebied van creatief agogisch verwerken onderhouden (dus op hetzelfde peil houden) en vergroten (dus uitbreiden).

8. Behoeftte ondersteunend middel, onderverdeeld in behoefte inhoud ondersteunend middel en behoefte vorm ondersteunend middel

Het kernlabel 'behoefte ondersteunend middel' is onderverdeeld in onderstaande thema's.

Onder 'behoefte inhoud ondersteunend middel' verstaan wij de wensen die alumni hebben omtrent de inhoud van het ondersteunende middel.

Het gaat hier dus om de onderwerpen waarover alumni graag meer willen weten en manieren waarop zij ondersteund willen worden.

Deze zullen de basis zijn voor de inhoud van het ondersteunende (digitale) middel waarover wij in het vijfde hoofdstuk van ons onderzoek advies zullen geven.

Onder 'behoefte vorm ondersteunend middel' verstaan wij de wensen die alumni hebben omtrent de vorm van het ondersteunende middel.

Het gaat hier dus om de manieren waarover alumni aangeven dat deze de inhoud voor hen het beste over zullen brengen.

Deze zullen de basis zijn voor de vorm van het ondersteunende (digitale) middel waarover wij in het vijfde hoofdstuk van ons onderzoek advies zullen geven.

9. Motivatie, onderverdeeld in motivatie gebruik creatief agogische competenties en motivatie ondersteunen en/ of vergroten competenties

Onder het kernthema motivatie verstaan wij de dat wat de alumni stimuleert en/of nodig hebben om hun creatief agogische competenties in te zetten, te onderhouden en te vergroten en dat wat hen motiveert om een ondersteunend middel te gebruiken.

Het thema motivatie gebruik creatief agogische competenties gaat over dat wat de alumni stimuleert en/of nodig heeft om hun creatief agogische competenties in te zetten in het werkveld.

Het thema motivatie ondersteunen en/ of vergroten competenties houdt in dat wat de alumni prikkelt en/of nodig heeft om de kennis, vaardigheden en houding op het gebied van creatief agogisch verwerken te onderhouden (dus op hetzelfde peil houden) en vergroten (dus uitbreiden).

KERNTHEMATABEL

Kernthema's interviews

Deelvr.	Kernthema	Thema	Label	Fragm. nr.
1	Definitie	Definitie creatief	Creatieve vakken	1.1
			Creatief agogische middelen inzetten	3.2; 3.6;
			Knutselen	3.1; 3.3; 4.1; 4.2; 11.1
			Sport	4.1
			Drama	9.1
			Dans	9.1
			Muziek	4.2; 7.3; 9.1
			Humor	3.4; 3.7; 4.1;
			Taal	9.1;
			Geeltjes	9.3
			Playmobil	9.4
			Probleemoplossend	10.2
			Ad hoc handelen	5.1
			Iets creëren	8.1; 10.1
			Doel bereiken	8.1,
			Uitvergroten	3.5
			Creatief handelen	2.1, 8.1;
			Creatief denken	8.1;
			Situationeel handelen	5.5;
			Zelfbedacht	7.1
			Andere manier	7.2
			Schakelen	11.2
			Alternatieven aandragen	11.3
			Ingaan op confrontaties	11.4
		Definitie agogisch	Opvoedkunde	2.5
			Doel bereiken	1.2; 8.2;
			Bewust	8.2
		Definitie creatief agogisch competent	Muziek	7.5;
			Bewust	4.5;
			Humor	4.3
			Situationeel handelen	8.3
			Creatief denken	6.2
			Passende competenties inzetten	5.6
			Creatief bezig zijn	6.1
			Niet te meten	6.3
			Niet aan te leren	9.5
			Persoonlijk	9.7; 9.9;

			Creatief agogische middelen inzetten	6.1; 6.4; 11.8
			Creatief handelen	6.5
			Nieuwe ideeën	7.4
			Out-of-the-box werken	7.6
			Doel bereiken	10.3
			Theorie loslaten	8.3
			Taal	9.6
			Vaardigheden aanleren	11.8
2	Voorbeelden van creatief agogisch werken	Middelen en manieren	Kleine dingen	1.38
			Hulpverleningsplannen	8.8
			Theater maken	8.9; 8.10
			Benaderen van cliënten	8.9; 8.11;
			Koken	3.8; 3.22; 6.13
			Aquarium	3.11
			Sociale kaart	3.21
			Fröbelen, kleuren	3.20; 9.22
			Verhaal vertellen	3.23
			Bidden	3.24
			Bijbelverhaal lezen	3.25
			Baart	2.2
			Poppetjes	2.3; 11.12
			Gesprekstechnieken	2.2, 2.4; 9.55; 3.42
			Muziek	2.6; 4.31; 10.14; 3.19; 9.44
			Teksten	2.7
			Spel	2.8; 10.31
			Natural Horsemanship	2,9
			Wandelen	4.27
			Taal	5.9; 5.50; 9.21
			Levenslijn	5.48; 10.27
			Droomwens	5.48
			Lichaamshouding	5.52
			Sfeer	5.53
			Werkvormen	6.12
			Sport	7.30; 5.2; 5.20
			Wandelen	7.31
			Meewerken	7.36
			Post-its	9.17
			Schaalvraag	9.23

			Tekenen	9.56
			Workshop	10.20
			Knuffels	10.22
			Eten	10.25
			Nagels lakken	10.36
			Verkopen	10.43
			Trekker rijden	10.43
			Kraam inrichten	10.44
		Effect	Sneller	1.20
			Veranderen	1.25
			Hoeft niet te vertellen	1.36
			Positief	1.19; 5.14
			Eenheid	3.9
			Eigenwaarde	3.10; 5.13
			Zelfvertrouwen	10.21
			Rust	3.12; 10.21; 10.26
			Relatie aangaan	1.10
			(Emotie) uiten	2.7; 9.2
			Gevoel aflezen	2.9
			Energie kwijtraken	2.8
			Hechting	2.10
			Contact maken	4.33; 9.46
			Wat leuks doen	4.33
			Conflict vermijden	3.34; 10.15
			Complimenten	3.35
			Diepere gesprekken	3.36
			Hoofd leegmaken	5.12
			Veilig oefenen ter voorbereiding op de maatschappij	8.10
			Ontspanning	6.14
			Zelfvorming	6.15
			Bagage	6.16
			Vrijer laten voelen	7.32
			Normale gang van zaken doorbreken	7.32
			Inzichtelijk maken	9.24; 9.56
			Vertrouwen winnen	9.46
			Ontwikkeling teweeg brengen	8.17
			Iets bereiken	8.18
			Geprikkeld	8.21
			Sfeer	10.15; 10.23; 10.26
			Meenemen in plan	10.23

			Netwerk in kaart brengen	11.12
			Sneller	1.20
			Veranderen	1.25
			Hoeft niet te vertellen	1.36
			Positief	1.19; 5.14
			Eenheid	3.9
			Bonding	5.51
			Uitlaatklep	8.12
1	Veranderingen	Veranderingen	Vrijwilligers	3.18; 3.14
			Bezuinigingen	3.13; 4.21; 8.4
			Zelfsturende teams	3.15
			Verzekeringswerk	2.11
			Ernstigere problematiek	4.18
			Grotere groepen	2.16
			Afvlakking van activiteiten	2.18
			Switch	5.18
			Wijkgericht werken	6.7
			Gemeente	6.8
			PGB	8.4
			Eigen vervoer	8.4
			Ruimte	1.7; 3.13; 3.16; 6.10
			Zakelijker	6.11
			Ontslagen	2.15
		Gevolgen voor werk	Werkdruk	1.6; 1.22; 4.17; 10.12
			Spanning	1.8
			Harder werken	1.9
			Humor	1.10
			Relatie	1.10
			Niet sparren	1.13
			Stress	1.21; 7.14
			Wisselwerking	1.21
			Uitproberen	3.15
			Zelf verzorgen	2.12
			Omgeving inzetten	2.13
			Administratie	4.19
			Minder cliëntcontact	4.19
			Minder tijd	4.20; 10.10
			Minder activiteiten	4.25
			Meer activiteiten	5.11
			Meer mogelijkheden	2.18
			Eigen kracht, eigen oplossingen	2.26

			Anders handelen	5.10
			Commerciëler	7.12
			Minder aandacht	10.11; 10.13
			Minder creatief	10.12
			Creatief omgaan met personeel, ideeën en handelingen	2.15
			Verantwoorden	11.9
1	Benodigde competenties	Kennis	Cliëntkennis	1.27; 1.35; 3.26; 3.29; 11.11
			Culturele kennis	3.28
			Schoolkennis	1.15
			Kennis: inlezen	8.5
			Kennis van vaardigheden	3.27; 4.63
			Kennis van motiverende gespreksvoering	11.10
		Vaardigheden	Jezelf uitdagen	8.17
			Anderen prikkelen	8.17
			Gek doen	10.19
			Creatief denken	1.18; 1.28
			Snel schakelen	1.18
			Jezelf ontplooiën	8.13
			Out-of-the-box denken	1.28; 4.15; 5.8; 8.6; 9.13
			Aanpassen aan feedback	1.34
			Uitproberen	1.35; 3.30; 4.15; 8.15
			Situatie creëren	4.7
			Situatie ombuigen	5.20
			Onderbouwing (dat het werkt)	4.64
			Vragen stellen	2.27
			Nut inzien	4.11
			Materialen gebruiken	5.26
			Iets laagdrempeligs organiseren	4.12
			Enthousiast maken	4.13
			Aansluiten	2.17, 4.14; 4.16; 9.15; 10.40
			Prioriteiten stellen	4.22
			Doelgericht	4.23; 5.7; 7.24; 11.6
			Zelfstandig (intervenieren)	1.12; 6.9; 3.17
			Ideeën verzinnen	2.17; 9.14
			Gewoon doen	4.68; 5.16
			De ander naar de oplossing dirigeren	2.26

			Nieuwe oplossingen bedenken	7.13; 8.5; 8.6; 9.14; 10.8
			Ad hoc handelen	5.7
			Aanpassen	5.15; 5.44; 9.16
			Creatief programma in elkaar draaien	5.21
			Verstandelijke capaciteiten	7.7; 7.20
			Creativiteit in het schrijven van plannen	11.5
		Houding	Actief rol innemen	5.17
			Zelfkennis	1.14
			Bewust	4.9; 4.29; 8.13; 8.21; 10.16
			Open staan	6.6; 11.17
			Affiniteit	6.18
			Interesse	6.18
			Humor	6.26
			Zeker van jezelf	1.33
			Flexibiliteit	7.11
			Durf, lef	7.18; 10.9
			Kwetsbaarheid	7.19
			Mindset om dingen anders te willen doen	10.6
			Eigenwijs	10.7
			Passend	1.16; 4.10; 4.68; 5.29; 9.43; 9.45; 9.57
			Echt zijn	1.17; 5.43
			Er zijn	1.17
			Bewust de mens blijven zien	4.24
			Geïnteresseerd	11.17
			Niet beoordelend	11.18
		Competenties (algemeen)	Zichtbaar	1.11
2	Gebruikte en aanwezige competenties	Kennis	Baart	2.2, 2.19
			Creatieve vakken inzetten	1.4; 10.33
			Kennis op school	2.14
			Te weinig	11.19
			Wegen om te bewandelen	11.19
		Vaardigheden	Positief formuleren	10.46
			Schakelen	10.41
			Doelbewust werken	10.45

			Expressie	1.23
			Fantasie aanspreken	1.26
			Bespreken	1.26
			Out-of-the-box denken en inspelen	1.3; 9.18; 9.26
			Humor	1.5; 1.10; 1.23; 4.3; 4.26; 5.3; 5.54, 8.11
			Beeldspraak, metaforen	1.36; 9.20
			Analyseren	10.34
			Spiegelen	4.4; 4.30; 5.4
			Grenzen geven	2.8
			Afwisseling zoeken	10.32
			Organiseren	4.32
			Inspelen op situatie	5.19
			Ad hoc handelen	5.22
			Vragen stellen	2.27
			Gesprekstechnieken	7.45
			Flexibiliteit	9.25
			Artistiek benaderen	8.10
		Houding	Oprecht jezelf zijn	8.11
			Gelijke houding	8.11
			Lef	10.35
			Openstaan	11.20
			Onbewust inzetten	4.28
3	Bronnen		Uitproberen	1.29; 1.31; 1.37
			Creatieve vakken	1.30; 4.44; 5.35; 9.8
			Collega's	1.39; 5.24; 5.28; 6.17; 8.22
			Leren wat past	1.39
			Opleiding	2.21; 2.30; 2.35; 4.44; 5.23; 6.17; 7.25; 7.29; 7.35; 8.22; 10.24
			Theorieën en methodieken die je je eigen gemaakt hebt	2.20
			Familie	5.25
			Ervaring	6.25; 7.22; 7.25
			Verplaatsen in de ander	7.33
			Eigen behoefte	7.34
			Medestudenten	8.22
			Nadenken	8.22
3	Onderhouden en		Activiteiten aanbieden	1.40

	vergroten competenties			
			Thuis uitproberen	1.41
			Op mensen oefenen	1.42
			Niet opzoeken	1.43; 5.30
			Weinig kennis zoeken	3.31; 3.35
			Verdiepen	3.31; 7.21
			Cursussen	2.22; 2.23; 2.24; 3.32; 3.33; 3.44; 10.50; 11.23; 11.26
			Trainingen	3.34; 5.55; 5.58; 5.59; 6.23; 7.27
			Bespreken	3.35; 10.47; 11.21
			(School)boeken	3.36; 9.32; 10.29
			Vakbladen	2.22
			Krant	6.22
			Internet / intranet	5.31; 6.17; 6.19; 7.56; 7.60; 7.62; 9.29; 9.31; 10.28; 10.48; 10.49; 11.21
			Mappen	5.32; 5.33
			Leren in de praktijk	5.34; 5.56
			Collega's	6.17; 6.21; 7.53; 7.55 9.27; 9.30; 11.28
			Familie	6.20; 7.54
			Mails	6.31
			Kennisbank	9.28
			Tekst	8.23
			Televisieprogramma	8.23
			Schoolboeken	8.31
			Trailer	8.30
			Kort	8.30
			Leerkrachtcafé	10.42
			Congres	11.25
			Prikkelen	8.30
4	Behoeftte ondersteunend middel	Behoeftte inhoud ondersteunend middel	Onderzoeken	1.44; 1.46
			Nieuwe manieren van werken	1.44; 4.46

			Ideeën	3.48; 4.50; 4.52; 4.60; 6.27; 6.30; 7.37; 7.38; 7.39; 7.42; 9.10; 11.29 4.50;
			Lichaamstaal (lezen)	1.48; 1.49
			Drama	1.48
			Ervaringen uitwisselen	2.34; 2.40; 3.45; 5.40; 5.42; 6.34; 6.35; 8.32; 9.38; 9.47; 9.51; 10.51
			Informatie	3.46; 4.43; 8.38; 10.52; 10.53
			Casussen	4.53; 5.38; 6.29;
			Prikkelen	3.47; 4.43; 4.58; 8.30; 8.31; 8.36;
			Vernieuwende activiteiten	1.50
			Praktisch toepassen	1.51; 4.66; 5.39; 6.28; 6.35; 9.35 10.57
			Ondersteuning	3.37
			Uitproberen	3.38
			Materiaalkennis	3.39
			Creatieve gespreksvoering; gesprekstechnieken	2.37; 3.41; 5.49; 7.45; 9.54
			Gewoon doen	3.40
			Gesloten cliënten benaderen	3.43
			Manieren om contact te maken	4.39
			Bewustwording	4.41; 4.70; 4.72
			Brainstormen	4.40
			Laagdrempelige interventies	4.45; 5.57; 6.28; 11.31
			Leuker maken	4.47
			Inzichtelijk maken	4.48
			Tip	2.31
			Sparren	4.51
			Intervisie	4.71
			Stimuleren van bovenaf	4.62
			Funderen op beleidsniveau	4.65; 4.69; 4.74
			Motivatie	4.73
			Kennis uitdiepen	2.25; 7.26; 7.57; 9.33
			Half theorie/half praktijk	5.36
			Prioriteit	3.50
			Geen behoefte	2.33; 8,28;

			Knutselen	2.36
			Kleuren	7.43
			Blokjes bouwen	7.43
			Aansluiten	2.37
			Aanvoelen van grenzen	2.39
			Scherp houden	2.42; 6.27; 11.29
			Kennis opleiding	9.52
			Coachingsvaardigheden	7.44
			Muziek	7.41
			Op de hoogte zijn	2.42; 7.63
			Profileren	7.63
			Voorbeelden	9.34 11.30; 11.32
			Taal	9.42
			In ontwikkeling	8.28
			Aan het denken worden gezet	10.62
			Haalbaar	4.56
			Onderbouwing	4.75; 9.41
			Concreet	4.76
			Anderen helpen	5.41 7.38; 9.50; 10.58
			Theoretisch	5.46
			Kennis	2.42; 5.47; 8.28
			Ervaringsdeskundigen	8.29
			Toegespitst op doelgroep	3.46; 7.59; 11.33
			Combinatie theorie/praktijk	5.36; 5.60
			Inspiratie	6.37; 10.54
			Feiten	2.42
			Gericht op werkveld	7.52
			Overzicht metaforen	9.39
		Behoeftte vorm ondersteunend middel	Social media	1.52; 8.34;
			Community	7.37
			Platform	9.47
			Intranet	7.62
			Mail(s)	1.53; 2.41; 6.38
			Herinnerd worden	1.53
			Interactief	1.54; 5.45; 6.39
			Persoonlijk	1.54
			Digitaal middel	1.46; 3.51; 7.49
			Tip	2.31
			Cursussen	4.38; 4.40; 6.33
			Balans	8.36
			Artikelen	3.48; 6.34

			Conferentie	3.49
			Makkelijk	4.55
			Functioneel	4.55
			Overzichtelijk	10.60
			Spullen	4.57
			Kant-en-klaar	4.61
			Forum	5.37; 7.48; 7.51
			LinkedIn groep	10.59
			Filmpje	5.38
			Lappen tekst	8.29
			Regelmatig	6.32
			Links	6.36
			Praktijkdag	2.32; 2.40
			Workshop	2.40; 10.54
			Bijeenkomst	10.58
			Reünie	10.61
			Samen doen	
			Klassikaal onderwijs	7.47
			Contact	7.50
			Blogs	7.61
			Boekentips	9.49
			Downloads	9.48
			Verzameling	9.36
			Werkbladen	9.37
			Handleiding	10.57
			Deskundigen	9.40
			Nieuwsbrief	8.35
			Geordend	10.56
			Kost veel tijd	8.29
			Geen moeite doen	8.33; 8.37;
	Motivat	Motivat	Situatie	4.6
			Tijd	4.8; 7.10; 4.59
			Planning	10.38
			Mogelijkheden	4.8
			Materialen	5.27; 7.10; 10.39
			Uitgerust zijn	6.24
			Ontspannen zijn	9.12
			Ruimte	7.10; 9.11; 9.19; 10.18; 10.37
			Vrijheid	7.28
			(Werk)druk	7.16; 10.17
			Geld	10.5

			Doelgroep kinderen	1.32; 2.36
			Meer mensen	4.59
			Ondersteuning vanuit management	7.23; 10.4
			Sleur	7.15; 7.17;
			Rust	7.16
			Omgeving	8.14; 8.16;
		Motivatie ondersteunen en/ of vergroten competenties	Aandacht op het werk	4.37
			Eigen natuur	9.53
			Problemen	2.25
			Verplichting	7.58
			Collega's	8.19
			Deelnemers/ cliënten	8.19
			Uit het hart vertellen	8.24; 8.26
			Voorbeelden	8.25
			Actueel	8.26
			Ondersteuning vanuit management	4.49;
			Sleur	10.30
			Omgeving	8.19
			Zinnig bezig zijn	10.55
			Prikkelend	8.27
			Tijd	1.45

Kernthema's enquête vraag 16

Kernthema	Thema	Label	Fragmentnummers
Ondersteunend middel	Inhoud	Theorie en informatie	E.5; E.66
		Ideeën	E.2; E.9; E.18; E.20; E.25; E.37; E.39; E.43; E.44; E.58; E.61; E.66
		Doelgroep	E.2; E.3; E.14; E.20; E.21; E.25; E.27; E.30; E.31; E.35; E.36; E.37; E.39; E.40; E.42; E.46; E.47; E.54; E.58;
		(Actuele) ontwikkelingen	E.5; E.6; E.8; E.43;
		Voorbeelden	E.7; E.10; E.16; E.28; E.31; E.44; E.55; E.61; E.65;
		(Succes)ervaringen	E.8; E.10; E.17; E.22; E.66;
		Vernieuwend	E.11
		Methodieken	E.12; E.15
		Praktisch	E.23; E.32; E.38; E.48; E.58;
		Problematiek	E.33; E.34; E.39; E.40; E.42;
		Interventies	E.4; E.27; E.31; E.34; E.39; E.46; E.49;
		(Persoonlijke) verhalen	E.43; E.61; E.65; E.66
		Onderbouwing	E.48;
		Inzichtelijk maken	E.41;
		Beroepsgericht	E.50;
		Visueel	E.65;
		Humor	E.56;
		Verder denken	E.5; E.15; E.66
		Out-of-the box denken	E.8; E.10; E.37;
		Meedenken met elkaar/ delen	E.19; E.24; E.57;
		Creatieve gespreksvoering	E.60;
		Bewustmaken	E.64;
		Kennis over drama	E.62;
	Vorm	Tijdschrift/ post	E.13
		Artikelen	E.16; E.36; E.66
		Video	E.15; E.19; E.61; ·
		Forum	E.57;
		Chat	E.2
		Cursus	E.64;
		Tekst	E.19;

		App	E.19; E.54; E.57; E.65;
		Website	E.19; E.57;
		Blog	E.63;
		Opdrachten	E.57;
		Contactgegevens/ links	E.44; E.61;
		Tips/ weetje	E.1; E.10; E.15; E.22; E.26; E.37; E.38; E.53; E.55; E.59; E.63;
		(Creatieve) werkvormen/ middelen	E.36; E.39; E.44, E.45; E.51;
		Laagdrempelig	E.39
		Makkelijk te bereiken	E.52;
		Kost weinig tijd	E.57;