

Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken

M. Volman, S. Abdallah, M. Day, M. Distelbrink, T. Pehlivan en I. Soeterik

Samenvatting De afgelopen jaren is in onderwijsonderzoek de aandacht voor agency van leerlingen sterk toegenomen. Daarmee wordt meestal bedoeld op het eigenaarschap van leerlingen over het leerproces. Voor 'transformatieve agency', waarbij het ook gaat om verandering in de omgeving en de samenleving, is in de schoolcontext minder aandacht. In dit artikel laten we ons inspireren door een aantal buitenschoolse praktijken. Op basis van casestudies (documentanalyse, observaties, interviews met professionals en jongeren, en onderzoek door jongeren zelf) en een actieonderzoek, analyseren we hoe professionals in vijf organisaties (o.a. theater, life coaching, jongerenwerk op school) ruimte creëren voor (transformatieve) agency van jongeren. Naast het versterken van zelfvertrouwen en competenties van jongeren, werken ze aan bewustzijn van onrecht in hun omgeving en het vermogen zich een betere samenleving voor te stellen, soms uitmondend in actie. We laten zien hoe professionals dit doen door, in verschillende mate en op verschillende manieren, bij jongeren aan te sluiten, hen uit te dagen, een uitnodigende omgeving te creëren en samen kwesties te agenderen in hun omgeving of de maatschappij. Ook bespreken we uitdagingen die zich hierbij voordoen. Tot slot verkennen we wat scholen van deze buitenschoolse praktijken kunnen leren.

Kernwoorden (transformatieve) agency, buitenschoolse praktijken, voortgezet onderwijs, case-studie, actie-onderzoek

Artikelgeschiedenis

Ontvangen: 19 januari 2025

Ontvangen in gereviseerde vorm:
16 november 2025

Geaccepteerd: 3 december 2025

Online: 24 april 2026

Contactpersoon

Monique Volman,
m.i.l.volman@uva.nl

Copyright

© Author(s); licensed under
Creative Commons Attribution
4.0. This allows for unrestricted
use, as long as the author(s) and
source are credited.

Financiering onderzoek

Dit onderzoek is uitgevoerd met
een subsidie van het Kenniscentrum
Ongelijkheid.

Belangen

-

1

PEDAGOGISCHE
STUDIËN

103 (2026)

10.59302/9tmwmk71

1 Inleiding

De vraag hoe jongeren kunnen opgroeien tot actieve, betrokken en kritische burgers is actueler dan ooit. Mede daardoor is er in de onderwijswetenschappelijke literatuur de afgelopen jaren toenemende aandacht voor *agency* van leerlingen (Eteläpelto, 2013; Schoots-Snijder et al., 2023; Vaughn, 2020), het vermogen van individuen om doelgericht te handelen, keuzes te maken en invloed uit te oefenen op hun omstandigheden (Bandura, 1986). In de onderwijscontext blijft die invloed echter meestal beperkt tot het reguleren van het eigen leerproces en inspraak in de directe schoolomgeving. Vormen van *agency* waarbij jongeren ook kunnen bijdragen aan verandering in hun eigen leven en omgeving, komen weinig voor binnen de schoolcontext (Erstad et al., 2025). In dit artikel zijn we op zoek naar mogelijkheden om in het onderwijs aandacht te besteden aan transformatieve *agency*, waarbij jongeren niet alleen worden toegerust om te functioneren binnen bestaande maatschappelijke kaders, maar ook leren dat ze die ter discussie kunnen stellen en een rol kunnen spelen in sociale verandering (Stetsenko, 2019). Dit zijn principes die ook in burgerschapsonderwijs aandacht krijgen (Leenders et al., 2020). *Agency* onderscheidt zich hier echter van door de nadruk op het verkennen van concrete handelingsmogelijkheden.

Het ervaren van een handelingsperspectief is essentieel voor de huidige generatie jongeren, die opgroeien in een wereld vol ingewikkelde problemen, zoals oorlog, klimaatverandering en racisme (Duraiappah et al., 2022). Het draagt bij aan zowel het persoonlijke welzijn als de maatschappelijke participatie en betrokkenheid van jongeren (De Winter, 2024). Bovendien hebben jongeren vaak ideeën over wat er beter kan in hun leven en in de samenleving, en willen ze daar ook iets mee doen (Abdallah & Kaulingfreks, 2021; Crone & Van der Cruysen, 2024). In diverse buitenschoolse praktijken, zoals theater met jongeren, jongerenwerk en life coaching, is ruimte creëren voor *agency* van jongeren een belangrijk principe. In dit artikel analyseren we de aanpak van organisaties die buitenschools werken met jongeren en zoeken daarin naar werkzame mechanismen voor het bevorderen van *agency*. Op basis daarvan formuleren we suggesties voor wat scholen kunnen doen om jongeren, ook in de schoolcontext, beter te ondersteunen in het ontwikkelen van (transformatieve) *agency*.

2 Theoretische achtergronden

Perspectieven op agency

Agency is een begrip met veel interpretaties. Om te beginnen is er in onderwijsonderzoek de afgelopen jaren aandacht voor *agency* van leerlingen ontstaan, in de zin van zelfsturing en eigen doelen stellen (Code, 2020). De

2

PEDAGOGISCHE
STUDIËN

103 (2026)

10.59302/9tmwmk71

achtergrond daarvan is de wens het eigenaarschap van leerlingen over het leerproces te versterken, en zo de motivatie van leerlingen voor leren op school te vergroten (Anderson, et al., 2019; Vaughn, 2020). Uiteindelijk zou dit eigenaarschap zelfs tot betere leerprestaties (Charteris, & Thomas, 2017) en welzijn van leerlingen (Harris et al., 2018) kunnen leiden.

Dat is een nuttig maar beperkt, individueel, perspectief. Agency wordt hier vooral gezien als het vormgeven van het eigen leren. Het ligt in de lijn van hoe het begrip veelal in de psychologische literatuur wordt gebruikt, verwijzend naar het vermogen van mensen om zelf vorm te geven aan hun eigen leven, en daarbij persoonlijke doelen na te streven en eigen keuzes te maken (bijv. Cavazzoni et al., 2022). Vaak wordt daarbij verwezen naar Bandura (2006), die agency definieerde als: “To be an agent is to influence intentionally one’s functioning and life circumstances” (p.164). Agency is hier een capaciteit, waarover mensen in meer of mindere mate beschikken, en die zelf weer bepaalde eigenschappen of kenmerken veronderstelt: kennis, vaardigheden en houdingen zoals een *growth mindset*, motivatie, en zelfvertrouwen (Bandura, 1986).

Meer sociologisch georiënteerde auteurs zien agency niet als een individuele eigenschap maar als een relationeel en contextafhankelijk verschijnsel. Zij benadrukken dat agency ontstaat en tot uitdrukking komt in interactie met anderen en dat de context mede bepaalt of iemand agency toont en/of ervaart (Charteris & Smardon, 2018; Eteläpelto, 2013). Agency, en eigenschappen zoals zelfvertrouwen en zelfsturend vermogen zijn vanuit dit perspectief geen eigenschappen die je in meer of minder mate ‘hebt’, maar zaken die steeds in interactie met anderen en in de wisselwerking tussen een individu en bepaalde omstandigheden (Muijen et al., 2018) tot stand komen. Vanuit dergelijke definities is een interessante vraag in hoeverre het onderwijs een omgeving is die door de wijze waarop het is ingericht en de interacties die er plaatsvinden agency van jongeren stimuleert of belemmert.

Tot slot zijn er theoretische perspectieven die benadrukken dat de omstandigheden waarin mensen, dus ook jongeren, agency (kunnen) tonen niet toevallig zijn. De interacties en contexten waarin agency ontstaat zijn onderdeel van sociale systemen en maatschappelijke structuren, die worden gekenmerkt door ongelijke machtsverhoudingen, vooroordelen en processen van uitsluiting (Krumer-Nevo, 2020). Agency is alleen mogelijk als mensen zich van deze structuren bewust zijn, want dat voorkomt dat hun handelen er onbewust door wordt bepaald; een standpunt dat herinnert aan de emancipatiegedachte van Freire (1968). Een definitie van agency in deze lijn is bijvoorbeeld “... the power of actors to operate independently of the determining constraints of social structure” (Jary & Jary, 2000, p.9). Andere auteurs voegen aan de definitie van agency ook een transformatief element toe. Agency heeft dan ook betrekking op de mogelijkheid zich een andere samenleving voor te stellen en beperkende omstandigheden te veranderen, bijvoorbeeld “... inventing the future, rather

than merely expecting or anticipating its ‘automatic’ arrival” (Stetsenko, 2019, p.10). Agency krijgt hier ook een kritisch-politieke lading, gericht op sociale verandering door collectieve actie, want tegen beperkende structuren en systemen is individuele agency niet opgewassen (Stetsenko, 2019).

Ook in de literatuur over agency van jongeren vinden we benaderingen die aandacht vragen voor onrecht en beperkende omstandigheden waarmee veel jongeren te maken hebben, en die agency zien als *changemaking* (Sukarieh & Tannock, 2015) en jongeren als *social justice activists* (Delgado & Staples, 2008). Deze agency kan tot uitdrukking komen via actie en verzet, maar ook op subtielere manieren, bijvoorbeeld door dromen en verlangens te benoemen of alternatieven te creëren voor dominante maatschappelijke discoursen (Ghorashi et al., 2018). Voor dit type ‘transformatieve agency’, waarbij het ook gaat om verandering in de omgeving en de samenleving, is in de schoolcontext veel minder aandacht (Erstad et al, 2025).

Vormen van agency

Voortbouwend op individuele, relationele en transformatieve theorieën over agency, gaan we in dit artikel uit van een perspectief op agency van jongeren waarin (competenties voor het ontwikkelen van) het nastreven van eigen doelen en verandering in de omgeving en de samenleving worden verbonden. Tegelijkertijd willen we oog hebben voor vormen van agency, die minder snel als agency (h)erkend worden. Lister (2004, herziene versie verschenen in 2021) wijst er, in het kader van onderzoek naar armoede, op dat we geneigd zijn om vooral strategische vormen van agency als agency te zien. Daarbij kan het zowel gaan om het individueel verbeteren van je eigen omstandigheden - wat zij aanduidt als ‘getting out’ vergelijkbaar met de definities die de nadruk leggen op werken aan je eigen doelen - als om meer politieke, collectieve vormen van zoeken naar verbetering via politieke activiteiten, of vormen van activisme – deze betitelt zij als ‘getting organized’, vergelijkbaar met transformatieve agency. Naast deze strategische vormen van agency moeten we volgens haar ook meer alledaagse vormen van agency niet uit het oog verliezen. Het gaat dan in de eerste plaats om alles wat mensen in het dagelijkse leven doen om het hoofd boven water te houden, ‘getting by’. Door dit als agency te zien, erken je de kracht en competenties van mensen in moeilijke omstandigheden, en vermijd je een deficietbenadering. In de tweede plaats zijn er alledaagse vormen van agency, waarbij mensen bij het nastreven van hun doelen een signaal van verzet tegen machtsongelijkheid afgeven, bijvoorbeeld door regels niet na te komen, te liegen, of informatie te verbergen, ‘getting back at’. Deze uitingen van agency zullen niet snel als zodanig erkend worden. Toch kunnen ze aanknopingspunten bieden om tot meer strategische vormen van agency te komen. Hoewel Lister (2004/2021) haar theorie ontwikkelde in het kader

van onderzoek onder volwassenen naar armoede, is deze ook bruikbaar om (de ontwikkeling van) agency van jongeren in andere situaties te begrijpen; zie bijvoorbeeld het onderzoek van Rikala (2019) naar jongeren met mentale gezondheidsproblemen.

Samenvattend, vraagt agency om individuele vaardigheden en het zelfvertrouwen om die in te zetten, bewustzijn van de eigen context en bredere maatschappelijke structuren, en het vermogen om samen met anderen actie te ondernemen om iets te veranderen. Daarbij is het van belang om oog te hebben voor vormen van agency die er minder doelgericht en productief uitzien, maar die hier wel de kiemen voor bevatten. Tegelijkertijd vestigen theorieën over agency er de aandacht op dat handelen altijd wordt mogelijk gemaakt én beperkt door de contexten waarin het plaatsvindt. Dat roept de vraag op wat er op dat niveau gedaan kan worden om agency van jongeren te stimuleren.

Een agency-bevorderende context arrangeren

Buiten de school lijken er vaak meer mogelijkheden te zijn om contexten te creëren waarin ruimte is voor agency van jongeren. In literatuur over jongerenwerk worden kenmerken van zulke contexten beschreven. Zo noemen Abdallah et al. (2016, p. 90) het belang van aansluiten bij de beleving en behoeften van deelnemers; aanwakken van interesses en nieuwsgierigheid; verduurzamen van deelname door aanmoedigen en temperen; bevorderen van bewustwording van vooruitgang door het uitlichten van prestaties; verbinden van jongeren en hun talenten met hun omgeving. Sieckelincx en Kaulingfreks (2022) beschrijven op basis van een reeks praktijken in Nederland en Vlaanderen hoe agency van jongeren ruimte kan krijgen, doordat jeugdprofessionals niet uit gaan van hun problemen maar hun identiteiten positief bevestigen, ondermijnend gedrag niet tolereren, het perspectief van jongeren serieus nemen, en zich zowel in te zetten voor het welzijn van jongeren als voor sociale verandering. En Awad et al. (2018) geven voorbeelden van de methodiek van Youth Organizing, die jongeren uitnodigt, activeert, motiveert en ondersteunt om zelfstandig initiatieven te nemen, vorm te geven en uit te voeren, variërend van het maken van radioprogramma's, het organiseren van een buurtfeest tot het verzorgen van een ontbijt voor ouderen (Awad, et al., 2018). We gebruiken in dit artikel de term 'arrangeren' voor het creëren van uitnodigende en uitdagende omgevingen die direct of indirect agency bevorderen of oproepen.

In dit onderzoek hebben we, op basis van de hierboven geschetste theoretische achtergronden, samengewerkt met vijf organisaties die geïnteresseerd waren om met ons te reflecteren op hoe zij agency van jongeren arrangeren en hoe ze dit verder zouden kunnen versterken. De onderzoeksvraag die daarbij centraal stond luidt: *Hoe worden in de vijf casussen jongeren uitgenodigd en uitgedaagd om te werken aan eigen vaardigheden en doelen, én*

[Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken](#)

M. Volman, S. Abdallah, M. Day, M. Distelbrink, T. Pehlivan en I. Soeterik

aan veranderingen in hun omgeving/de samenleving? Deze vraag vormde de leidraad voor de analyse van de casussen. In de discussieparagraaf formuleren we op basis van deze analyse aanknopingspunten voor het werken aan transformatieve agency in de schoolcontext.

3 Methoden

Het onderzoek bestond uit twee fasen die we hieronder achtereenvolgens bespreken.

Fase 1: Casestudies

Om inzicht te krijgen in bestaande ‘agency-praktijken’ zijn in de eerste fase van het onderzoek casestudies uitgevoerd bij drie organisaties in Amsterdam die buitenschools met jongeren werken, en die een expliciete focus hebben op het vergroten van het vermogen van jongeren om invloed uit te oefenen op hun eigen leven en omgeving.

Context. Studiezalen biedt onder andere schoolwerkondersteuning en life-coaching aan tieners. Het jongerenwerk van Swazoom organiseert op scholen extracurriculaire activiteiten gericht op ontmoeting, ontwikkeling en ondersteuning. Studio 52nd maakt met jongeren theater over maatschappelijke kwesties. Alle drie de organisaties werken met jongeren die maatschappelijk kwetsbaar zijn door waar ze opgroeien en wat ze hebben meegemaakt.

Procedure. In het kader van de casestudies bestudeerden we documenten en beeldmateriaal van de organisaties zelf om een eerste beeld te krijgen van wat zij (beogen te) doen, we observeerden activiteiten, en hielden interviews met professionals en groepsgesprekken met jongeren. Aansluitend bij onze visie op agency van jongeren, onderzocht daarnaast bij elke praktijkorganisatie een jongerenonderzoeksteam, bestaande uit deelnemers aan activiteiten van de organisatie zelf, de ‘werkzame elementen’ van de organisatie bij het arrangeren van agency. Ze werden daarbij begeleid door medewerkers van Stichting Alexander, een organisatie die is gespecialiseerd in het ondersteunen van jongeren bij het vervullen van een actieve rol als onderzoekers.

Deelnemers en dataverzameling. Tabel 1 geeft een overzicht van de verzamelde data en de deelnemers die daarbij betrokken waren.

6

PEDAGOGISCHE
STUDIËN

103 (2026)

10.59302/9tmwmk71

Tabel 1

Overzicht data en deelnemers

	Studiezalen	Jongerenwerk Swazoom	Studio 52nd
Document-analyse	• website • methodiek-beschrijving • jaarverslagen • nieuwsbrieven • documentaire	• website school • website Swazoom • schoolplan • beleidsplan Swazoom	• website • subsidie-aanvragen • filmpjes van Studio 52nd
Observaties	• 4 dagdelen locatie Homepage • 1 dagdeel buurthuis de Meevaart • 1 dagdeel mannen-centrum Daadkr8	• 4 dagdelen (informele momenten en georganiseerde activiteiten op school)	• voorstelling 'Fok me Hokje' + nagesprek in zaal; • 2 maakweekenden, 3 voorstellingen + educatief traject 'Good Game'. • 3 andere voorstellingen
Interviews door volwassen onderzoekers	• 1 pedagogisch beleidscoördinator • 8 life coaches • 4 pedagogisch beleidscoördinatoren/life coaches • 1 jongerenwerker/life coach • 2 oud-deelnemers/vrijwilligers • informele gesprekken met jongeren bij de observaties	• 2 x jongerenwerker • 4 onderwijs- en zorgprofessionals school • 9 jongeren (groeps-gesprek) • gesprekken met de jongerenwerker en 6 jongeren tijdens observaties	• 2 gespreksleiders nagesprekken • 1 docent VO-school • 1 gastdocent VO-school • 4 leden van artistieke team • 4 jongeren tijdens maakweekenden
door jongeren-onderzoekers ¹	N onderzoekers = 6 N geïnterviewden = 11	N onderzoekers: kern = 7-9 (totaal 19) N geïnterviewden = 5	N onderzoekers = 5 N geïnterviewden = 2

¹ De aantallen jongerenonderzoekers betreffen de deelnemers aan een of meer bijeenkomsten van de jongerenonderzoeksteams; sommige deelnemers waren alleen betrokken bij het maken van de interviewleidraad en/of de analyse. De aantallen interviews betreffen alleen de interviews waarvan een bruikbaar verslag is gemaakt.

Bij elke organisatie was een professional contactpersoon met wie de onderzoekers overlegden over welke jongeren te benaderen voor deelname aan het jongerenonderzoeksteam, geschikte activiteiten om te observeren, en jongeren die we konden interviewen.

De observaties richtten zich op kenmerken van het arrangement van de betreffende organisatie die direct of indirect agency van deelnemende jongeren

Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken

opriepen, waarbij de kenmerken uit de jongerenwerkliteratuur een kijkkader vormden. In de semigestructureerde interviews met professionals werd eerst gevraagd naar doelen, aanpak en achterliggende principes van het werken met jongeren. Daarbij werd ook doorgevraagd over wat de onderzoekers gezien hadden tijdens de observaties. Vervolgens werd dieper ingegaan op agency, aan de hand van de volgende vragen: 1) Wat komen jongeren uit de doelgroep van de organisatie tegen in hun leven dat hun agency beperkt of stimuleert? 2) In hoeverre en hoe ondersteunt de organisatie jongeren bij het nastreven van persoonlijke doelen en het maken van eigen keuzen? 3) In hoeverre en hoe draagt de organisatie bij aan kritisch denken en maatschappelijke bewustwording en worden jongeren er aangesproken als *changemakers*? 4) Welke elementen werken daarbij of zijn ondersteunend? In de korte gesprekken met jongeren tijdens en na geobserveerde activiteiten en in de groeps gesprekken vroegen we naar hun ervaring van de activiteiten en de organisatie, en – in aan jongeren aangepaste formulering – naar de hierboven genoemde onderwerpen. Voor de dataverzameling door jongeren zelf ontwikkelde elk team een eigen interviewleidraad (zie Yusuf, 2023). De begeleiders van Stichting Alexander bewaakten dat de focus agency was, of zoals jongeren dit zelf na enige tijd benoemden: ‘veranderkracht’.

Analyse. In de eerste onderzoeksfase zijn de interviews en relevante fragmenten van de observaties zoveel mogelijk letterlijk uitgewerkt. Op basis van de transcripten is een beschrijving gemaakt van de activiteiten van de organisaties, die deductief getypeerd zijn aan de hand van de verschillende perspectieven op agency (individueel, relationeel/contextueel, transformatief) en de vier verschijningsvormen van agency die Lister (2004/2021) onderscheidt. De vraag naar elementen die agency oproepen of bevorderen werd deductief en inductief geanalyseerd; de kenmerken uit de jongerenwerkliteratuur vormden het uitgangspunt, maar we zochten ook naar nieuwe elementen. Dit resulteerde in een rapportage per casus over de manier waarop in de betreffende praktijk aan agency van jongeren wordt gewerkt (Day & Driessen, 2023; Distelbrink & Driessen, 2023; Soeterik, 2023). Daarnaast werden de resultaten van de drie jongerenonderzoeken bij de verschillende organisaties met hulp van een volwassen onderzoeker samengevoegd tot een integrale rapportage (Yusuf, 2023). Vervolgens vond een cross-case analyse plaats, waarbij we de vier rapportages beschouwden als eerste samenvattende displays van de data. Op basis daarvan vergeleken we de organisaties in termen van perspectieven op agency (individueel, relationeel, transformatief) en verschijningsvormen van agency (Lister, 2004/21). Daarnaast zochten we naar gemeenschappelijke elementen in de aanpak die volgens respondenten jongeren ondersteunen in het ontwikkelen van agency. Dit resulteerde in een model dat weergeeft wat belangrijke elementen zijn voor agency arrangeren. We presenteren dit model in de resultatenparagraaf.

Fase 2: Actieonderzoek

Na de eerste onderzoeksfase constateerden we dat alle drie de onderzochte organisaties weliswaar gericht waren op het ondersteunen van de agency van jongeren, maar dat transformatieve agency slechts bij één organisatie een expliciete focus was. De professionals van de twee andere organisaties wilden hier echter graag nadrukkelijker vorm aan geven, en twee nieuwe organisaties met een vergelijkbare belangstelling sloten zich hierbij aan. We kozen voor een actie-onderzoek, waarin actieteams in elk van de vijf organisaties op hun eigen manier activiteiten zouden ontwikkelen, waarbij jongeren transformatieve agency zouden kunnen ervaren. Het onderzoeksdoel daarbij was, aanvullend op de resultaten van de eerste onderzoeksfase, kennis te verwerven over het arrangeren van transformatieve agency en de werkzame mechanismen daarbij.

Context. De twee organisaties die nieuw aansloten waren: Sociaal Cement, een organisatie voor en door jongeren die zich inzet om de positie van jongeren te versterken, en het jongerenwerk van Combiwel op twee scholen, dat een doelstelling heeft die vergelijkbaar is met die van Swazoom.

Procedure. In de tweede onderzoeksfase bouwden we voort op de resultaten van de eerste fase; in een gezamenlijke startbijeenkomst bespraken we het model met de elementen van agency arrangeren met de actieteams. We nodigden hen uit om naast werken aan persoonlijke strategische agency ook aan de slag te gaan met de elementen die gericht zijn op transformatieve agency. In lijn met de principes van *youth organizing* was het de bedoeling dat de jongeren tot een eigen initiatief zouden komen, en daarbij door de professionals ondersteund zouden worden. De opdracht voor de actieteams luidde: denk samen na over kansen en mogelijkheden om iets in je omgeving te doen dat zorgt voor een positieve verbetering. De opdracht was bewust breed gehouden om deelnemers ruimte te bieden. De onderzoekers waren deelnemer aan het actieteam, waarbij ze op basis van de eerste onderzoeksfase reflecties en input gaven, en tegelijkertijd data verzamelden over het verloop van de activiteiten. Onze benadering was gebaseerd op de *change laboratory* methode (Sannino 2022). Enkele belangrijke principes hiervan zijn: deelnemers zijn actief en leidend in het analyse- en ontwerpproces, hun perspectief en belangen staan centraal; leren door een combinatie van actie, reflectie en dialoog, waarmee praktijken zich iteratief kunnen ontwikkelen; een faciliterende rol van onderzoekers. We gaven de actieteams veel vrijheid om de praktijk naar eigen inzicht en binnen lokale mogelijkheden en beperkingen vorm te geven. De aanpak van de actieteams was daardoor zeer wisselend. De teams kwamen gedurende drie maanden twee tot tien keer bij elkaar, in bijeenkomsten die een uur tot twee uur duurden. In sommige actieteams was daarbuiten (veel) contact tussen de deelnemers (professionals, onderzoekers en jongeren), en in de meeste gevallen resulteerde het werk van het actieteam ook in activiteiten buiten de bijeenkomsten (bijv. optreden met een rap, bijeenkomsten door jongeren op scholen, organisatie van een sportdag).

[Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken](#)

Deelnemers en dataverzameling. De professionals van drie organisaties hadden al deelgenomen aan de eerste onderzoeksfase. Professionals van twee andere organisaties werden geworven via het netwerk van de onderzoekers. De jongeren werden geworven via de professionals. De onderzoekers maakten aantekeningen van de bijeenkomsten en gesprekken en activiteiten daarbuiten, en hielden interviews met professionals en jongeren. In deze interviews werd gevraagd naar hun ervaring van en perspectief op het verloop van de activiteiten van het actieteam. Het onderzoekersteam besprak in drie periodieke bijeenkomsten de voortgang van de actieteams. Bij alle organisaties werd ook een eindgesprek gehouden met de contactpersoon/professional, soms ook met jongeren. Hierin werd teruggeblikt op het proces in het actieteam (met name: wat stimuleerde/belemmerde de agency van de deelnemende jongeren) en de bereikte resultaten.

Tabel 2 geeft een overzicht van de bijeenkomsten en samenstelling van de actieteams en de verzamelde data.

Tabel 2
Aantal bijeenkomsten en samenstelling actieteams; overzicht verzamelde data

	Studiezalen	Jongerenwerk Swazoom	Studio 52nd	Sociaal Cement	Jongerenwerk Combiwel
Bijeenkomsten					
Aantal en duur	10 x 1-1,5 uur	6 x 1-1,5 uur	2 + deelname aan conferentie/bijeen- komsten	8 x 2 uur; 8 dagdelen op opleidingen	7 x 1-1,5u (school 1) 10 x 1-2u (school 2)
Samenstelling onderzoekers professionals jongeren	1 2 4	1 1 -	3 1 2	2 2 8 (aan het einde 5)	1 2 10-12 (school 1) 5-7 (school 2)
Data					
Observaties	alle bijeenkomsten actieteams	3	alle bijeenkomsten en activiteiten	alle bijeenkomsten	alle bijeenkomsten
Interviews	2 x professional 4 x jongeren	1 x professional 2 x jongeren + groepsge- sprek tijdens les	diverse (telefoon) gesprekken + 1 eindinterview met professional	individuele gesprekken en groeps gesprekken met jonge- ren en professionals; eindinterview met professional	veel tussentijdse gesprekken met professionals
Andere data	eindproducten van de Denktank		brieven, rap en verhaal door de jongeren		

Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken

Analyse. De data die zijn verzameld in de tweede fase zijn voor elke organisatie samengevat in een narratief over het proces dat het actieteam heeft doorlopen (voor samenvattingen daarvan zie Abdallah et al., 2023). In de cross-case analyse destilleerden we uit deze narratieven wat volgens de deelnemers de agency van de jongeren in het actieteam stimuleerde en/of belemmerde. Op basis daarvan formuleerden we aanvullende lessen voor het werken aan transformatieve agency.

Validiteit en betrouwbaarheid

Om de validiteit van het onderzoek te bevorderen werd gebruik gemaakt van verschillende vormen van dataverzameling (triangulatie). In beide onderzoeksfasen werden gesprekken in het onderzoeksteam en presentaties en besprekingen van de bevindingen met deelnemers benut om de analyses aan te scherpen en te valideren. De uiteindelijke bevindingen van de casestudies en de actieteams zijn in concept eerst besproken in het onderzoeksteam en daarna met de contactpersoon van de organisatie, en naar aanleiding daarvan aangevuld en soms aangepast. Ook zijn de bevindingen in beide fasen gepresenteerd en besproken tijdens een projectbrede bijeenkomst waar professionals en jongeren van de organisaties aanwezig waren. Deze bijeenkomst diende ter validering van voorlopige bevindingen en verdere verdieping via gezamenlijke reflectie.

4 Resultaten

Eerste fase: casestudies

Studiezalén - educatieve en sociale verschilmaker

Studiezalen is een stichting die jongeren in achtergestelde posities de kans, ruimte en begeleiding biedt om hun talenten tot bloei te laten komen. De primaire focus ligt op jongeren in de leeftijd van 10 tot 18 jaar. Een studiezaal is een veilige, rustige plek in de wijk waar tieners en jongeren wekelijks komen om te werken aan schoolse en persoonlijke doelen. De drie hoofdactiviteiten in een studiezaal zijn schoolwerkondersteuning, life coaching en talentontwikkeling. Ook voor ouders/verzorgers en studenten van MBO-4, HBO en WO is er ondersteuning en aanbod. Tot slot initieert Studiezalen activiteiten en acties in de buurt, zoals in 2023 de Fris buurtsupermarkt waar gezinnen die zich in een financieel kwetsbare situatie bevinden gratis hun dagelijkse boodschappen kunnen halen.

Met de jongeren werkt Studiezalen vooral aan hun eigen vaardigheden en doelen, ofwel hun (individuele) strategische agency, in termen van Lister (2004/2021) 'getting out'. Uit de interviews met jongeren kwamen een goede relatie met en individuele aandacht van begeleiders naar voren als elementen die het Studiezalen-arrangement succesvol maken. De professionals benadrukken

drie kernprincipes van waaruit zij werken: 1) een positief pedagogisch klimaat (structuur, duidelijkheid, vaste onderdelen, duidelijke verwachtingen), 2) sociale verbondenheid (kind als onderdeel van het geheel; ieder heeft zijn plek en geen negatieve interacties) en 3) democratisch burgerschap (zelf mee regels laten opstellen en verantwoordelijk daarvoor zijn). Door initiatieven als de gratis buurtsupermarkt laat Studiezalen daarnaast echter zien dat werken aan verandering in de omgeving (transformatieve agency) mogelijk is. Voor jongeren bleek dit ook belangrijk in de zin dat het hen de mogelijkheid geeft om trots te zijn op iets in hun eigen buurt, die verder ‘niet zo goed bekend staat’, wat door sommigen als een stigma wordt ervaren. De gesprekken met de onderzoekers zetten het Studiezalen-team aan het denken over hoe het nog meer zou kunnen inzetten op het arrangeren van meer transformatieve agency.

Swazoom

Vanuit Swazoom is een jongerenwerker actief op een school voor voortgezet onderwijs in Amsterdam Zuidoost. Hij is aanwezig tijdens schooluren, praat met leerlingen en helpt hen met persoonlijke problemen en schoolzaken. Ook organiseert hij buitenschoolse activiteiten, waardoor hij voor leerlingen ook buiten de schooluren bereikbaar is. Hij is er voor alle leerlingen, maar met speciale aandacht voor degenen die extra ondersteuning nodig hebben. Hij werkt daarbij samen met docenten en andere professionals op school.

In de interviews vertelde de jongerenwerker dat hij de leerlingen helpt om meer zelfvertrouwen te ontwikkelen en hen stimuleert om hun eigen keuzes te maken, hun stem te laten horen en hun doelen te bereiken. De leerlingen bevestigen dit. De focus van zijn werk met jongeren ligt dus op het ontwikkelen van persoonlijke strategische agency, maar waar hij leerlingen ondersteunt om hun stem te laten horen, gaat het ook om samen veranderingen in hun omgeving realiseren (transformatieve agency). Een voorbeeld: in het eerste onderzoeksjaar maakten leerlingen een TikTok-filmpje waarin ze individuele leraren op een weinig respectvolle manier beoordeelden. Dit veroorzaakte veel ophef en de leerlingen kregen straf. De actie van de leerlingen kan getypeerd worden als agency in de zin van Lister's (2004) ‘getting back at’, maar kan ook geïnterpreteerd worden als een poging om invloed te hebben op de kwaliteit van het onderwijs op hun school; ze hebben ideeën over wat een goede docent doet. De jongerenwerker suggereerde daarom om het anders aan te pakken en ‘slim te rebelleren’. Een aantal leerlingen opperde het idee om een ‘Ben een goede docent’ comité te starten. Het initiatief om leraren te beoordelen werd dus niet afgekap, maar de jongerenwerker (en overigens ook de schoolleiding) ondersteunde de leerlingen om hun initiatief zo vorm te geven dat hun stem serieus werd genomen. Vervolgens gingen leerlingen ook met de schoolleiding in gesprek om hun ideeën over het verbeteren van de voorzieningen en de bejegening in de kantine te verbeteren.

[Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken](#)

Leerlingen geven aan dat de jongerenwerker deze rol kan vervullen doordat hij aanwezig en toegankelijk is en door de leerlingen als ‘veilig’ wordt ervaren; dat wil zeggen, hij heeft een goede band met hen en kent hun leefwereld. De jongerenwerker wordt door leerlingen ervaren als iemand die individuele aandacht geeft, naar hen luistert, hen respecteert en begrijpt, en voor hen opkomt. Hij neemt als het ware een tussenpositie in; hij is geen representant van de regels en de prestatie-eisen van de school, maar heeft wel een goede relatie met de school. Een leerling drukt dat als volgt uit: “Hij is die ene man die zich gedraagt als een leerling, maar dingen regelt als een volwassene”.

Studio 52nd

Studio 52nd maakt theatervoorstellingen op basis van de verhalen van jongeren. Professionele acteurs spelen de teksten die jongeren tijdens schrijfweekenden schrijven. Ze worden daarbij begeleid door medewerkers van Studio 52nd, maar ook andere helpers worden ingeschakeld, zoals bijvoorbeeld een jeugdpsychiater en een volwassen gamer. Het doel van Studio 52nd is onderdrukte stemmen hoorbaar maken en via educatieve trajecten eromheen sociale verandering bewerkstelligen. In de periode dat de casestudies plaatsvonden waren er voorstellingen over gamen (de stem van de jongeren tegenover de ouders) en genderidentiteiten (met als doel LHTBQI+ jongeren te sterken tegenover leeftijdgenoten en aan volwassenen kennis over te brengen).

Agency van jongeren versterken, zowel van de schrijvers als van jongeren die naar een voorstelling komen kijken en zich in het thema herkennen, en zowel in de zin van werken aan eigen vaardigheden en doelen, als aan veranderingen in hun omgeving/de samenleving, zit in het DNA van Studio 52nd. In de observaties tijdens de schrijfweekenden valt op dat de begeleiders de jongeren empathisch benaderen, positief bevestigen in hun schrijftalent en hun ideeën serieus nemen. De begeleiders benadrukken in de interviews dat het creëren van een veilige omgeving een voorwaarde is voor de schrijfactiviteiten. De jongeren zelf geven aan dat ze het prettig vinden om door volwassenen serieus genomen te worden. Daarnaast vinden ze het contact met de andere schrijvers belangrijk, omdat het herkenning en bevestiging biedt.

Werkzame mechanismen

De organisaties uit de eerste onderzoeksfase variëren in hun focus op agency van persoonlijk strategische agency tot (ook) meer transformatieve agency. Dit laatste is niet bij alle organisaties expliciet aan de orde. In de aanpak van persoonlijk strategische agency herkenden we een aantal gemeenschappelijke elementen, die erop gericht zijn een omgeving te creëren waarin jongeren zich prettig voelen. We vatten deze samen als *aansluiten* en *uitnodigen*. Professionals in alle drie de onderzochte praktijken sluiten aan bij (de behoeften van) jongeren

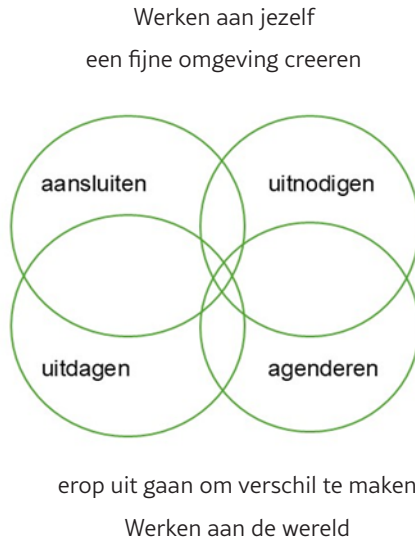
door naar hen te luisteren, individuele aandacht voor hen te hebben, hen met respect te benaderen en serieus te nemen. Ze nodigen jongeren uit om deel te nemen aan gezamenlijke activiteiten door een goede en veilige sfeer in de groep te creëren, die vertrouwd voelt en maakt dat de deelnemers graag komen. Een gemeenschappelijk element dat naar voren kwam in de interviews van de jongerenonderzoeksteams was het belang van toegankelijkheid en laagdrempeligheid om mee te kunnen doen, wat zij benoemden als ‘gemak’.

Maar professionals in alle drie de organisaties *dagen* de deelnemers ook *uit* om zaken te ondernemen die buiten hun comfortzone liggen, omdat ze moeite kosten en soms spannend zijn: huiswerk maken, toneel schrijven, praten met de schoolleiding. Dit kan gezien worden als het doorbreken van een *getting by mindset*. *Agenderen*, een typisch element van transformatieve agency, zagen we in verschillende mate en verschillende vormen terug: Studiezalen werkt via ouderondersteuning en de Fris Supermarkt aan collectieve arrangementen die kansenongelijkheid en armoede bestrijden en publiek maken, de toneelstukken van Studio52nd zijn expliciet gericht op het bespreekbaar maken van maatschappelijke kwesties, de jongerenwerker van Swazoom hielp leerlingen onvrede over hun eigen schoolomgeving op een productieve manier onder de aandacht te brengen.

Op basis van deze analyse ontwikkelden we een model waarin we de manier waarop de drie organisaties ‘agency arrangeerden’ samenvatten, met de bedoeling dat dit een basis voor gesprek zou kunnen vormen met andere professionals die met jongeren werken (zie figuur 1). Werken aan persoonlijke strategische agency benoemden we hierin als ‘werken aan jezelf’ - waarbij een belangrijke rol voor begeleiders is een fijne omgeving te creëren - en transformatieve agency als ‘werken aan de wereld’ - waarbij begeleiders er met jongeren op uit gaan om verschil te maken.

Figuur 1

Elementen van 'agency arrangeren'



Tweede fase: werken in actieteams

De tweede onderzoeksfase startte met een gemeenschappelijke bijeenkomst waarin we dit model deelden met de vijf actieteams. In termen van het model was het de bedoeling dat de jongeren de leiding zouden nemen bij het aankaarten of aanpakken van een grotere of kleinere maatschappelijke kwestie. Om recht te doen aan lokale omstandigheden pakte het werken in de actieteams in de casussen verschillend uit. We schetsen kort wat er in de actieteams gebeurde.

Studiezalen: De Knappe Koppen Denktank

Na verkennende gesprekken met jongeren over mogelijke veranderacties, ontstond het idee een Knappe Koppen Denktank te organiseren, waarin jongeren kritisch zouden meedenken over het programma van Studiezalen. Dit sloot aan bij de behoefte van de organisatie om het zogeheten talentenprogramma dat Studiezalen aanbiedt door te ontwikkelen en de wens

van jongeren om bij Studiezalen naast aan schoolwerkondersteuning ook aan meer andere leuke en inspirerende activiteiten deel te kunnen nemen. In de voorbereiding van de bijeenkomsten werd met een van de oudere jongeren nagedacht over hoe gezorgd kon worden voor een fijne sfeer, met ruimte voor relatie en groepsvorming. Deze jongere kreeg de lead in het begeleiden van de bijeenkomsten. In de loop van de weken kwam de groep steeds meer los. Nadat ze in de eerste bijeenkomst wat schools de kat uit boom keken, ontstond er in de tweede bijeenkomst een meer informele en dynamische sfeer: jongeren liepen rond, wisselden tussendoor uit wat ze hadden meegemaakt en zetten muziek op. Ook de begeleidende volwassenen vonden steeds meer hun rol in het ondersteunen van de ideeën van de jongeren. De jongeren deelden hun wensen, verlangens en kritische observaties steeds meer spontaan in plaats van alleen via werkvormen die de volwassenen voorstelden. Zo bracht een van de jongeren het idee in aan het managementteam te laten zien wat er in de Denktank gebeurde en stelde weer een andere jongere kritische vragen over termen die de volwassenen gebruikten in het gesprek met hen.

Jongerenwerk Swazoom - De tussenpositie van de jongerenwerker op school

In het nieuwe schooljaar werd de jongerenwerker die we in de eerste fase van het onderzoek volgden 'pedagogisch conciërge', leraar maatschappijkunde voor een aantal klassen en mentor van een klas. Een van de redenen was dat hij in deze rollen nog beter zou kunnen bijdragen aan de sociale veiligheid op school. In deze nieuwe rol bleek er echter weinig ruimte voor het ondersteunen van een actieteam. Het beoogde actieteam kwam hier dan ook niet van de grond. Wel zag hij ook als leraar mogelijkheden en noodzaak om de agency van leerlingen te stimuleren. De inhoud van het vak maatschappijkunde wordt door leerlingen over het algemeen ervaren als iets dat ver van hen af staat, "wat heb ik met politiek te maken?". Met zijn ervaringen als jongerenwerker in het achterhoofd, probeert hij nu het vak dichter bij leerlingen te brengen, door ze te laten zien dat politiek een manier is waarop mensen (en ook zij zelf) hun stem kunnen laten horen, en proberen dingen voor elkaar te krijgen. Zo woonde hij met leerlingen een politiek debat bij, en bespreekt hij kwesties die spelen in de buurt. Hij stimuleert leerlingen kritisch over die kwesties na te denken en ze in een breder maatschappelijk perspectief te zien. Maar het is wel zoeken; het curriculum biedt, in zijn beleving, maar weinig ruimte om leerlingen *in the lead* te laten zijn, en voor leerlingen neemt hij niet meer de tussenpositie in die zijn rol als vertrouwensfiguur mogelijk maakte.

Studio 52nd - letterlijk en figuurlijk podium voor onderdrukte stemmen

In 2023 koos Studio 52nd voor een voorstelling met het thema uithuisplaatsing. Het was de bedoeling met de voorstelling jongeren in het v(s)o en professionals in de jeugdzorg en jeugdbescherming te bereiken. Gezien de kwetsbaarheid van jongeren die met uithuisplaatsing te maken hebben (gehad), is er gewerkt met

[Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken](#)

jongvolwassen ervaringsdeskundigen in plaats van jongeren. Zij waren leidend in de invulling van de voorstelling, waar uiteindelijk de letterlijke verhalen van een aantal van hen te horen zijn in een audiotour. In het actieteam ontstond het idee dat enkele ervaringsdeskundigen brieven zouden schrijven aan professionals, toekomstige pleegouders en toekomstige pleegkinderen. Dit vormde een kader waarin de agency van de schrijvers een vorm kon krijgen. Een transcultureel systeemtherapeut en twee jonge onderzoekers inspireerden de briefschrijvers met historisch materiaal dat de doorwerking van het koloniale verleden in het huidige systeem van uithuisplaatsing zichtbaar maakte. Thema's als discontinuïteit en afwijzing of ontkenning van het belang van de eigen cultuur waren heel herkenbaar voor de biculturele jonge briefschrijvers. Volwassenen die begrippen aanreiken en kaders bieden om de agency bij de jongeren aan te wakkeren bleken zo belangrijk. De briefschrijvers kregen al tijdens het maakproces van de voorstelling het podium om hun kritische noten te laten horen, onder andere door op te treden op de Voor de Jeugd dag en door deel te nemen aan een panel bij een avond in debatcentrum de Rode hoed. Voor henzelf waren dit nieuwe bekrachtigende ervaringen.

Sociaal Cement: Jongeren maken mentale gezondheid bespreekbaar

Sociaal Cement sloot aan in de tweede fase van het project. Een groep van vijf jongeren, een jongerenbegeleider en een onderzoeker vormden een actieteam met als doel mentale gezondheid onder jongeren bespreekbaar te maken. De jongeren hadden hier allemaal persoonlijke ervaringen mee en wilden hun verhaal met anderen delen. Het actieteam vatte het plan op om een campagne over mentale gezondheid voor jongeren te ontwikkelen. Ook de GGD Amsterdam was op dat moment bezig met een campagne rondom mentale gezondheid van jongeren en er ontstond een samenwerking, waarbij de GGD opdrachtgever zou zijn. Al gauw bleek echter dat de ideeën van de jongeren, die het gezicht zouden zijn van de campagne, toch niet geheel overeen kwamen met die van de opdrachtgever. De jongeren wilden de problemen en moeite die ze hebben ervaren gebruiken als stimulans voor anderen om te praten over mentale problemen, en daarbij de nadruk leggen op een positieve uitstraling en de hoop die ze zelf ervaren. De GGD vreesde dat dit te luchtig zou zijn voor jongeren die het zwaar hebben. Mede door tijdsdruk lukte het niet om nader tot elkaar te komen. De jongeren hadden begrip voor de opdrachtgever maar hielden ook vast aan hun eigen standpunt, en besloten uiteindelijk de samenwerking te stoppen en, met steun van de jongerenbegeleider in het actieteam, een plan voor een eigen campagne te maken. Binnen drie weken lukte het om in het kader van de Week van de Mentale Gezondheid met een photobooth en sticky wall op verschillende MBO-scholen aanwezig te zijn, waar de jongeren uit het actieteam met andere jongeren het gesprek aangingen om mentale gezondheid op hun eigen manier bespreekbaar te maken.

Jongerenwerk Combiwel - Jongeren die 'niks willen en kunnen' worden organisator

Een tweede organisatie die in de tweede fase van het project aansloot is het jongerenwerk van Combiwel in Amsterdam Nieuw West. Jongerenwerkers probeerden een actieteam op te zetten door, via hun contact met leerlingen op middelbare scholen, jongeren uit te nodigen om aan een 'maatschappelijke challenge' mee te doen. Dit was een open uitnodiging ('we gaan samen iets doen voor leeftijdsgenoten; het wordt leuk en uitdagend') zonder vastomlijnde opdracht of doel. Er was budget voor de activiteit of het programma, en budget waarmee de organisatoren iets mochten doen om zichzelf te belonen. Hoewel er deelnemers op de uitnodiging afkwamen, leken sommigen niet direct gemotiveerd: nergens zin in, niet vooruit te branden, houding van: dit wordt toch niks. Gaandeweg ontdekten de jongerenwerkers echter dat dit geen kwestie van onwil was. De jongeren vonden het ingewikkeld om mee te doen, zelf iets te bedenken en uit te voeren. Ze hadden een laag zelfbeeld; 'wat kan ik nou?' en hielden zichzelf tegen met ondermijnende zelfkritiek. Van sommige deelnemers wisten ze dat ze te maken hadden met problemen als misbruik en armoede. Een omslag ontstond, toen meerdere leerlingen zich er kritisch over uitten dat op hun school excursies in binnen- en buitenland geannuleerd of niet georganiseerd werden, met als reden dat leerlingen op eerdere reisjes zich hadden misdragen. Daar wilden ze iets tegenover zetten. Uiteindelijk vonden ze met behulp van de jongerenwerkers een activiteit die voldeed aan hun ambities en die ook binnen hun bereik lag: een feestelijke sportdag, met luchtkussens, muziek, eten, drinken, toernooitjes en prijzen. 'Zo maken we een leuke dag voor leerlingen die niet zo vaak iets krijgen.' Het bleef voor de jongerenwerkers een soort 'touwtrekken' om de jongeren concreet aan de slag te krijgen, om taken te verdelen en acties te verbinden aan de plannen. Van de twee groepen heeft een groep een evenement kunnen organiseren. Binnen die groep is veel verloop geweest maar er kwam een sportdag waar bijna honderd tieners en jongeren aan deelnamen, en waar ze zichtbaar trots op waren.

5 Discussie

In deze studie onderzochten we hoe vijf organisaties die buitenschools werken met jongeren ruimte creëren voor transformatieve agency, ofwel: hoe zij jongeren uitnodigen en uitdagen om te werken aan eigen vaardigheden en doelen, én aan veranderingen in hun omgeving/de samenleving. De eerste fase van het onderzoek richtte zich op drie organisaties, waarvan twee zich vooral bleken te richten op agency in de zin van 'werken aan jezelf', aan eigen vaardigheden en doelen. Aansluiten en uitnodigen bleken belangrijke elementen in hun aanpak. Aansluiten bij wat jongeren nodig hebben: aandacht, met

Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken

respect behandeld worden en serieus genomen worden; uitnodigen, door het creëren van een prettige omgeving en een goede sfeer in de groep, waardoor het de moeite waard is om aan activiteiten mee te doen. Een expliciete focus op ‘werken aan de wereld’, in de zin van bezig zijn met mogelijke veranderingen in de samenleving, was maar in één van de organisaties aan de orde. Maar ook in de andere organisaties werden jongeren ondersteund om bezig te zijn met verbeteringen in hun omgeving, bijvoorbeeld door hun stem te laten horen over wat ze goede docenten vinden, of getuige te zijn van volwassenen die proberen iets in hun buurt te verbeteren.

Omdat in de eerste fase van het onderzoek bleek dat de deelnemende professionals geïnteresseerd waren om explicieter te werken met transformatieve vormen van agency, zochten we voor de tweede fase een vorm, werken in actieteams, waarbij jongeren zouden kunnen ervaren dat allerlei zaken in hun omgeving en in de samenleving geen gegeven zijn, maar dat ze er (samen) iets aan kunnen veranderen. We wilden daarbij niet alleen beschrijven wat we in de organisaties zagen gebeuren maar professionals en jongeren ook ondersteunen. Het werken in de actieteams bleek geen lineair en geordend proces. Daar leerden we van dat het nodig is om er rekening mee te houden dat niet alle jongeren gewend zijn om op agency aangesproken te worden. Hun vorm van agency is, om met Lister (2004/21) te spreken, vaak ‘getting by’ en soms ‘getting back at’. Om samen met jongeren iets te agenderen, organiseren of aan te pakken is daarom tijd, geduld en gerichte aandacht nodig. Jongeren lijken soms niet gemotiveerd of onverschillig, maar we zagen dat dit ook een uiting kan zijn van een diep geworteld negatief zelfbeeld of het feit dat ze te maken hebben met overweldigende problemen, zoals misbruik, armoede en uitsluiting. De casus van de jongerenwerker die leraar werd, leerde ons dat professionals in verschillende rollen niet evenveel ruimte hebben om transformatieve agency van jongeren te stimuleren of ondersteunen. Maar alleen al zijn deelname aan ons project deed hem ook in zijn nieuwe rol actiever en bewuster nadenken over mogelijkheden in dit opzicht, ondanks ervaren belemmeringen. De toneelschrijvers van Studio52nd en de jongeren die de mentale gezondheidscampagne organiseerden hadden al de stap gezet om zich voor een onderwerp in te zetten, ofwel een stap naar transformatieve agency.) De ondersteuning, bevestiging en input in de vorm van kennis en kaders die in het actieteam vanuit Studio52nd en Sociaal Cement geboden werden, hielpen hen om hun ideeën vorm te geven, anders gezegd ‘to get organized’.

Beperkingen van het onderzoek

Bij dit onderzoek zijn verschillende kanttekeningen te plaatsen. Het richtte zich om te beginnen op een beperkt aantal organisaties, die bovendien al affiniteit hadden met het onderwerp. Dat maakt dat er niet vanuit gegaan kan worden dat de resultaten gelden voor alle organisaties die buitenschools met jongeren

werken. Wel konden we hierdoor diepgaand en van dichtbij bestuderen hoe ruimte creëren voor agency van jongeren er uit kan zien. In de tweede plaats heeft het actieonderzoek niet in alle casussen geresulteerd in een duidelijk omschreven actie en waar dat wel gebeurde, was dat op heel verschillende manieren. Juist het variërende verloop van het werken in de actieteams heeft echter nieuwe inzichten opgeleverd, bijvoorbeeld dat het tijd kan kosten voor een groep jongeren tot actie komt, omdat er eerst een prettige sfeer moet ontstaan of deelnemers een negatief zelfbeeld moeten overwinnen. Een laatste kanttekening is van inhoudelijke aard; jongeren de ‘opdracht’ geven om agency te tonen lijkt inherent tegenstrijdig. Toch sluit dit aan bij ons perspectief op agency: het ontstaat in de wisselwerking tussen individuen en bepaalde omstandigheden (Muijen et al., 2018) – en die omstandigheden kun je creëren.

Wat kunnen scholen hiervan leren?

Ondanks deze beperkingen staan we tot slot van dit artikel stil bij de vraag welke aanknopingspunten de aanpakken van de organisaties waarmee we samenwerkten bieden voor het ondersteunen van transformatieve agency van jongeren in de schoolcontext. Scholen hebben de wettelijke plicht jongeren voor te bereiden op functioneren in de samenleving en hen de kennis en vaardigheden bij te brengen die daarvoor nodig zijn. Er moet veel, leerstof overdragen, toetsen halen, examens voorbereiden. Enerzijds lijkt er daardoor weinig ruimte voor leraren voor aansluiten, uitnodigen, uitdagen en agenderen, en kunnen onvoorspelbare processen maar beter voorkomen worden. Anderzijds behoren de elementen van agency arrangeren tot de basisprincipes en kerntaak van het onderwijs, en zijn de werkzame mechanismen die we vonden inpasbaar in de schoolpraktijk. Arrangeren is iets wat leraren en scholen in principe goed kunnen; een curriculum ontwikkelen en een les voorbereiden zijn vormen van arrangeren. ‘Werken aan jezelf’ is de *core business* van scholen. *Aansluiten* bij voorkennis en bij de belevingswereld van leerlingen, is een decennia oud didactisch principe, en ook het streven naar eigenaarschap van leerlingen over hun leerproces (Vaughn, 2020) is een vorm van aansluiten. In de onderzochte organisaties zagen we echter nog een andere vorm van aansluiten, die door jongeren zelf als essentieel werd benoemd: aandacht voor de jongere als persoon, hun ideeën serieus nemen, en hen met respect behandelen. Dit is een element dat bekend is in het jongerenwerk (Abdallah et al., 2016) maar dat op scholen wellicht meer aandacht kan krijgen, bijvoorbeeld als leraren zich bewuster worden van wat leerlingen beleven als (dis)respect. Vervolgonderzoek zou met leraren kunnen verkennen hoe dit element ook in het onderwijs meer vorm kan krijgen. Daarbij kan ook gebruik gemaakt worden van de literatuur over mentoring, waarin het belang van aansluiten, aandacht en respect eveneens wordt benadrukt (bijv. Allen & Eby, 2011).

[Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken](#)

De onderzochte organisaties waren sterk in *uitnodigen*, in de zin van het creëren van een uitnodigende omgeving, door veel aandacht te besteden aan de sfeer in de groep. Voor jongeren bleek dat een essentieel element. Dat je beter leert in een goede sfeer is ook in het onderwijs bekend (voor een recente review zie Erdem & Kaya, 2024), maar buitenschoolse organisaties lijken over een breder repertoire te beschikken om met groepen jongeren zo'n sfeer te bereiken. Ook hier zou (ontwerpgericht) vervolgonderzoek zich op kunnen richten. Scholen zijn echter weer op een ander punt in een sterke positie om een uitnodigende omgeving te zijn; je zou hun taak kunnen zien als: jonge mensen in aanraking brengen met interessante kennis en hen uit te nodigen om op nieuwe manieren naar de wereld te kijken.

Voor de meeste jongerenwerkers was het nieuw om in termen van 'werken aan de wereld' over hun werk te spreken. Dat geldt waarschijnlijk ook voor leraren. In de eerste fase van het onderzoek merkten we dat werken aan de wereld impliciet en in het klein echter weldegelijk aanwezig was in het werk van jongerenwerkers en in de tweede fase zagen we dat het hun voldoening gaf om het expliciet te maken. De meesten slaagden er ook in om jongeren uit te dagen om kritisch over hun omgeving na te denken, zich een voorstelling te maken van wat er anders kan, en initiatieven te nemen om iets te organiseren, agenderen of veranderen. Ook in het onderwijs vraagt meer aandacht voor uitdagen en agenderen niet per definitie om een compleet andere aanpak, maar eerder om een andere manier van kijken naar wat er toch al gebeurt. Je zou bijvoorbeeld kunnen zeggen dat leerlingen naar school gaan om *uitgedaagd* te worden te ontdekken op welke manier ze iets aan de maatschappij willen bijdragen. Is dat bijvoorbeeld als verkoper, muzikant, verzorgende, automonteur of accountant? Dat vraagt wel iets van het curriculum, namelijk dat de leerstof aan bod komt aan de hand van vragen en uitdagingen waar bijvoorbeeld verkopers, muzikanten, verzorgenden ook echt mee te maken hebben; een curriculum dat jonge mensen een blik biedt op de wereld en wat daar (ook voor hen) te doen is, in plaats van een geheel van kennis en inzichten, die leerlingen zich moeten eigen maken voor het examen of voor later (Volman, 2012). Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op het ontwerpen en evalueren van onderwijs met deze kenmerken.

Vanuit een perspectief van transformatieve agency is leerlingen uitdagen om te ontdekken hoe ze willen bijdragen aan de maatschappij echter nadrukkelijk niet: je invoegen in hoe het nu eenmaal is. Leerlingen moeten ook leren dat ze kunnen *agenderen*. Agenderen heeft op scholen nu een plaats in de vorm van leerlingenparticipatie via de medezeggenschapsraad en/of een leerlingenraad waar leerlingen inspraak hebben in het beleid van de school, maar die rollen zijn voorbehouden aan een enkeling. De onderzochte organisaties die probeerden met jongeren te 'werken aan de wereld' lieten een bredere groep jongeren nadenken over wat er beter kan, bijv. voor lhbtq mensen, in de schoolkantine, of

in het beleid t.a.v. schooluitstapjes. Ze lieten hen daarbij ook ervaren dat je soms je stempel(tje) kunt zetten, zeker als je dat samen doet.

Met maatschappelijke kwesties agenderen, kunnen leraren en leerlingen niet elke schooldag bezig zijn, maar op school kunnen leerlingen wel leren dat het een optie is, bijvoorbeeld door in het kader van een project aan de slag te gaan om iets te verbeteren: een actie, een activiteit voor de buurt, het inrichten van het gebouw of de vernieuwing van het eigen onderwijs. De competenties die ervoor nodig zijn, kritisch bewustzijn en creatieve verbeelding, kunnen in principe wel elke dag aan de orde zijn, als basishouding waarmee aan het verwerven van kennis en vaardigheden wordt gewerkt. Dat vraagt om een pedagogisch-didactische benadering die leerlingen uitnodigt om iets van de wereld te vinden, met elkaar kritisch na te denken over wat er beter kan, en daar zelfs iets aan te doen. Of je nu leert over techniek, handel, kunst of de zorg: Is het slim en eerlijk georganiseerd? Is er verspilling, discriminatie of uitsluiting? Bezig zijn met wat jij met anderen kan doen om dingen in je omgeving beter te maken, kan tegelijkertijd een motor voor leren zijn; want om dingen te verbeteren of veranderen, moet je wel iets kunnen. Dit is precies de redenering van Stetsenko (2019), die agency omschrijft als “people changing the world and being changed in this very process of them changing the world” (p.1). Ofwel: mensen veranderen zelf (ontwikkelen zich) doordat ze bezig zijn iets in de wereld te veranderen.

Agency arrangeren op school vraagt om een pedagogische praktijk waarbij we leerlingen niet alleen leren om vragen te beantwoorden maar ook om ze te stellen, en waarbij we leerlingen niet laten wachten om iets te mogen betekenen omdat ze er eerst voor geleerd moeten hebben, maar waar ze kunnen meedoen in de wereld en daarvan kunnen leren. Het verandert de school van een wachtruimte in een plek waar jonge mensen met anderen bezig zijn met hun eigen toekomst en die van de wereld. Scholen kunnen plekken zijn waar jongeren kunnen ervaren dat wat zij vinden, doen en willen ertoe doet, waar ze kunnen oefenen met het concreet maken van veranderingen in hun omgeving, en gemotiveerd raken om de kennis en vaardigheden op te doen die daarvoor nodig zijn. Het is de verantwoordelijkheid van volwassenen om situaties te arrangeren waarin jongeren dit kunnen ervaren.

In dit onderzoek hebben we niet direct onderzocht hoe deze ideeën precies in het onderwijs vorm kunnen krijgen. Dat is een vraag voor verder onderzoek. Bij de uitwerking daarvan zullen ongetwijfeld obstakels zichtbaar worden; scholen hebben immers een andere opdracht dan de buitenschools werkende organisaties die wij onderzocht hebben. En de veranderingen in curriculum en didactiek die onze analyse suggereert, kunnen maar beperkt door individuele docenten gerealiseerd worden; ze vragen om een visie en beleid op schoolniveau. Toch hopen we dat we met dit onderzoek leraren kunnen inspireren om agency te arrangeren.

[Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken](#)

Dankbetuigingen

We bedanken de professionals en jongeren met wie we hebben samengewerkt voor de essentiële bijdragen die zij hebben geleverd aan de inzichten in dit artikel.

Literatuur

- Abdallah, S., Day, M., Distelbrink, M., Pehlivan, T., Schelvis, E., Soeterik, I., Volman, M., Yusuf, M. (2023). *Agency Arrangeren. Speelruimte voor jongeren als changemakers. Praktijkhandreiking*. Kenniscentrum Ongelijkheid.
- Abdallah, S. & Kaulingfreks, F. (2021). Breekijzers en botte bijlen. Culturele expressie in het jongerenwerk, op hún voorwaarden. In R. de Brabander, F. Kaulingfreks & M. Ham (Red.), *Sociaal weerwerk. Maatschappelijke betrokkenheid in zorg en welzijn* (pp. 151-171). Van Genneep.
- Abdallah, S., Koijmans, M., & Sonneveld, J. (2016). *Talentgericht werken met kwetsbare jongeren. Ontwikkelwerk, erkenningswerk, verbindingswerk*. Coutinho.
- Allen, T. D., & Eby, L. T. (Eds.) (2011). *The Blackwell handbook of mentoring: A multiple perspectives approach*. John Wiley & Sons.
- Anderson, R., Graham, M., Kennedy, P., Nelson, N., Stoolmiller, M., Baker, S., & Fien, H. (2019). Student agency at the crux: Mitigating disengagement in middle and high school. *Contemporary Educational Psychology*, 56, 205-217. Doi: 10.1016/j.cedpsych.2018.12.005
- Awad, S., Manders, W., Metz, J., Todorovic, D., & Sonneveld, J. (2018). *Methodiekb beschrijving Youth Organizing*. Hogeschool van Amsterdam, Lectoraat Youth Spot.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2006.00011.x>
- Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on Psychological Science*, 1(2), 164–180.
- Cavazzoni, F., Fiorini, A. & Veronese, G. (2022). How do we assess how agentic we are? A literature review of existing instruments to evaluate and measure individuals' agency. *Soc Indic Res* 159, 1125–1153. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02791-8>
- Charteris, J. & Thomas, E. (2017). Uncovering 'unwelcome truths' through student voice: teacher inquiry into agency and student assessment literacy. *Teaching Education*, 28(2), 162-177. <https://doi.org/10.1080/10476210.2016.1229291>
- Charteris, J., & Smardon, D. (2018). A typology of agency in new generation learning environments: emerging relational, ecological and new material considerations. *Pedagogy, Culture & Society*, 26(1), 51-68. <https://doi.org/10.1080/14681366.2017.1345975>
- Code, J. (2020). Agency for learning: Intention, motivation, self-efficacy and self-regulation. *Frontiers in Education*, 5(19). <https://doi.org/10.3389/feduc.2020.00019>
- Crone, E., & van der Crujisen, R. (2024). *Generatie zelfvertrouwen De ontwikkeling van een gezond zelfbeeld bij jongeren*. Maven Publishing.
- Day, M. & Driessen, M. (2023). *Agency arrangeren bij Jongerenwerk op school. Casus*

- Openbare Schoolgemeenschap Bijlmer en Swazoom Welzijn*. Verwey-Jonker instituut.
- Delgado, M., & Staples, L. (2008). *Youth-led community organizing. Theory and action*. Oxford University Press.
- Distelbrink, M., & Driessen, M. (2023). *Agency arrangeren bij Studio 52nd*. Verwey-Jonker Instituut.
- Duraiappah, A. K., Van Atteveldt, N., Asah, S. T., Borst, G., Bugden, S., Buil, J. M., Ergas, O., Fraser, S., Mercier, J., Mesa, J. F. R., Mizala, A., Mochizuki, Y., Okano, K., Piech, C., Pugh, K. R., Ramaswamy, R., Singh, N. C., & Vickers, E. (2021). The International Science and Evidence-based Education Assessment. *Npj Science of Learning*, 6(1). <https://doi.org/10.1038/s41539-021-00085-9>
- Erdem, C., & Kaya, M. (2024). The relationship between school and classroom climate, and academic achievement: A meta-analysis. *School Psychology International*, 45(4) 380–408. <https://doi.org/10.1177/01430343231202923>
- Erstad, O., Miño-Puigcercós, R., Rivera-Vargas, P. (2025). Paths towards transformative agency - Creating repertoires for socio-educational change. *Acta Psychologica*, 255. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104894>
- Eteläpelto, A., Vähäsantanen, K., Hökkä, P., & Paloniemi, S. (2013). What is agency? Conceptualizing professional agency at work. *Educational Research Review*, 10, 45–65. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2013.05.001>
- Freire, P. (1968). *Pedagogy of the oppressed*. Continuum.
- Ghorashi, H., de Boer, M. & ten Holder, F. (2018). Unexpected agency on the threshold: Asylum seekers narrating from an asylum seeker centre. *Current Sociology*, 66(3), 373–391. <https://doi.org/10.1177/0011392117703766>
- Harris, L., Brown, G., & Dargusch, J. (2018). Not playing the game: Student assessment resistance as a form of agency. *Australian Educational Researcher*, 45(1), 125–140. <https://doi.org/10.1007/s13384-018-0264-0>
- Jary, D., & Jary, J. (2000). *Collins dictionary of sociology. Third edition*. HarperCollins.
- Krumer-Nevo, M. (2020). *Radical hope. Poverty-aware practice for social work*. Policy Press.
- Leenders, H., Veugelaers, W., & de Groot, E. (2020). Civic education and the role of teachers: Fostering critical citizenship in the classroom. *Journal of Curriculum Studies*, 52(4), 457–476. <https://doi.org/10.1080/00220272.2019.1698411>
- Lister, R. (2004/2021). *Poverty*. Polity Press.
- Muijen, H., Lengelle, R., Meijers, F. & Wardekker, W. (2018) The role of imagination in emergent career agency. *Australian Journal of Career Development*, 27(2), 88–98. <https://doi.org/10.1177/1038416218777832>
- Rikala, S. (2019). Agency among young people in marginalised positions: towards a better understanding of mental health problems. *Journal of Youth Studies*, 23(8), 1022–1038. <https://doi.org/10.1080/13676261.2019.1651929>
- Sannino, A. (2022). Transformative agency as warping: how collectives accomplish change amidst uncertainty. *Pedagogy, Culture & Society*, 30(1), 9–33. <https://doi.org/10.1080/14681366.2020.1805493>

- Schoots-Snijder, A.J.M. Tigelaar, E.H., & Admiraal, W.F. (2023). Leerlingperceptie van agency in het VO: een exploratief onderzoek naar het ontwerp en de kwaliteit van de Student Agency Scale (SAS). *Pedagogische Studiën* 100(3), 448-485. <https://doi.org/10.59302/ps.v100i4.18353>
- Sieckelink, S., & Kaulingfreks, F. (2022). *Speelruimte voor identiteit. Samenwerken aan veerkrachtige identiteitsvorming van jongeren*. Amsterdam University Press.
- Soeterik, I. (2023). *Agency arrangeren bij Studiezalen. Onderzoek naar speelruimte voor jongeren als Changemakers*. Verwey-Jonker instituut.
- Stetsenko, A. (2019). Radical-Transformative Agency: Continuities and Contrasts With Relational Agency and Implications for Education. *Frontiers in Education*, 4(148), 1-13. <https://doi.org/10.3389/feduc.2019.00148>
- Sukarieh, M., & Tannock, S. (2015). *Youth rising? The politics of youth in the global economy*. Routledge.
- Vaughn, M. (2020). What is student agency and why is it needed now more than ever? *Theory into Practice*, 59(2), 109-118. <https://doi.org/10.1080/00405841.2019.1702393>
- Volman, M. (2012). De pedagogische opdracht van het onderwijs: individueel presteren of betrokken participeren? In H. Jumelet, & J. Wenink (Eds.), *Zorg voor onszelf? Eigen kracht van jeugdigen, opvoeders en omgeving, grenzen en mogelijkheden voor beleid en praktijk* (pp.148-157). SWP.
- Winter, M. de (2024). *Medemenselijk opvoeden. Samenlevingspedagogiek voor een hoopvolle en daadkrachtige generatie*. SWP.
- Yusuf, M. (2023). *Agency Arrangeren: integraal rapport jongeren onderzoek*. Stichting Alexander.

Auteurs

Monique Volman is hoogleraar aan de Universiteit van Amsterdam.

Sebastian Abdallah is universitair docent bij de Leerstoel Sociaal Werk aan de Universiteit voor Humanistiek.

Mehmet Day is medior-onderzoeker bij het Verweij Jonker Instituut.

Marjolijn Distelbrink is senior-onderzoeker bij het Verweij Jonker Instituut.

Tarik Pehlivan is senior adviseur bij Stichting Emma, voorheen Stichting Alexander.

Inti Soeterik is senior-onderzoeker bij het Verweij Jonker Instituut.

Correspondentie: Monique Volman, Universiteit van Amsterdam, Afdeling Pedagogische en Onderwijswetenschappen (POW), Postbus 15776, 1001 NG Amsterdam.

E-Mail: m.l.volman@uva.nl

Abstract

Arranging youth agency: lessons from youth work

Educational researchers have recently been showing an increased interest in student agency, conceptualized as ownership of the learning process. Conceptualizations of agency involving transformative agency, understood as people collaboratively transforming their life circumstances and being transformed in this process, are less common in the educational context. In this article we draw inspiration from practices other than education, where professionals work with young people. Based on case studies (document analysis, interviews with professionals and youths, observations, and research by youngsters themselves) and collaborative action research, we analysed how professionals in five organisations (such as youth theatre, life coaching and youth work at school) create space for (transformative) agency of young people. Besides strengthening adolescents' self-confidence and competences, raising consciousness of injustice in one's circumstances and imagining a better world are part of their approach, sometimes resulting in action. We show how youth professionals used the mechanisms of adapting, inviting, challenging and agenda setting of issues in young people's environment or society, in varying degrees and various ways. We also discuss the challenges they encountered when trying to support transformative agency. Finally, we explore what schools can learn from these practices.

Keywords (transformative) agency, youth work, adolescents, secondary education, case study

Agency arrangeren; lessen uit buitenschoolse praktijken

M. Volman, S. Abdallah, M. Day, M. Distelbrink, T. Pehlivan en I. Soeterik