



VOICE

**JONGEREN EEN
STEM GEVEN**

Photovoice Training Resource

CONTENTS

Voorwoord	5
Hoofdstuk 1 Inleiding	6
Hoofdstuk 2 De Photovoice-methode: theoretische achtergrond en eerder gebruik	8
2.1. Inleiding tot de Photovoice-methode	9
2.2. Oorsprong van de term „Photovoice“	10
2.3. Toepassingen van de Photovoice-methode	11
2.3.1. Photovoice en onderzoek	11
2.3.2. Waarom Photovoice?	12
2.3.3. Toepassing van de Photovoice-methode	12
2.3.4. De rol van de facilitator in Photovoice	13
2.4. Photovoice-methode Toepassing bij jonge bevolkingsgroepen	14
2.5. Methode Aanvragen in het YES Forum	15
Hoofdstuk 3 Photovoice en het Europees Jeugdwerkbeleid	16
3.1. Photovoice in de context van internationaal sociaal en jeugdwerk	16
3.2. Pleiten voor ondersteuning en promotie van Photovoice in Europa	18
3.2.1. Photovoice voor jongerenparticipatie in de Europese context	18
3.2.2. De Photovoice-methode in het Jeugdwerk van de 21e eeuw	20
Hoofdstuk 4 Hoe Photovoice te gebruiken - Stapsgewijze methodologie en toolbox	22
4.1. Wat en voor wie is het?	23
4.1.1. De diverse doeleinden die Photovoice kan dienen	24

Editor: YES Forum

Author(s): Elie Demerseman, Iliana Petsa

Proofreading: Maggie Nazer

Design: 12bis3

Erkenning

Veel dank aan de verschillende mensen die hebben bijgedragen om dit handboek mogelijk te maken, in het bijzonder:

- De jonge studenten en jeugd- en maatschappelijk werkers die deelnamen aan het project en hebben bijgedragen aan het authentiek maken van de resultaten dankzij hun eigen Photovoice-resultaten;
- De samenwerkende jeugd- en sociale organisaties die hun jonge deelnemers ondersteunden en met hun eigen expertise en ervaringen bijdroegen;
- De samenwerkende mediabedrijven die hoogwaardige en aantrekkelijke visuele resultaten hebben gecreëerd, zoals dit handboek, evenals de bijbehorende videotutorial en online Photovoice-tentoonstelling.

Disclaimer

De steun van de Europese Commissie voor de productie van deze publicatie (subsidieovereenkomst nr. 2020-1-DE04-KA227-YOU-020846) vormt geen goedkeuring van de inhoud, die alleen de mening van de auteurs, de Commissie en de Europese Unie weergeeft en kan als geheel niet verantwoordelijk worden gehouden voor enig gebruik dat wordt gemaakt van de hierin opgenomen informatie.

De gebruikte afbeeldingen zijn gemaakt door en zijn dus eigendom van het YES Forum en haar projectpartners. Gebruik door een andere partij is verboden. De tekst in dit handboek is geschreven door de projectpartners.

VOORWOORD

4.1.2. Wie kan er baat bij hebben?	26
4.1.3. Photovoice „Pros & Cons“: voordelen en nadelen in vergelijking met traditionele methoden	27
4.2. Stapsgewijs proces en facilitering: algemeen overzicht	30
4.2.1. De essentie van een „Photovoice-pad“	31
4.2.2. Algemene tips	33
4.3. Stapsgewijze instructies en kant-en-klaar materiaal	35
Step 1 – Een Photovoice-project voorbereiden	37
Step 2.1 – Deelnemers voorbereiden op Photovoice – Introductie van de Photovoice-methode	38
Step 2.2 – Deelnemers voorbereiden op Photovoice – Vertrouwd raken met fotografie	44
Step 3.1 – Onderzoeksvraag: Ontwikkeling	50
Step 3.2 – Onderzoeksvraag: Discussie	54
Step 4 – Veldwerk - Foto's maken	58
Step 5 – Selectieproces	60
Step 6 – Disseminatie / Photovoice-tentoonstelling	66
Bijlage 1 Lijst met beschikbare kant- en -klare materialen	68
Bijlage 2 Lijst met relevante thema's, onderwerpen en voorbeeldonderzoeksvragen	70
Bijlage 3 Voorbeelden van Photovoice-resultaten	76
Referenties	78
Projecten & Partners	83

De huidige publicatie is een product van het door Erasmus+ gefinancierde project “PhotoVoice - Participation & Empowerment in Youth Work” (VOICE), ontworpen en uitgevoerd door het YES Forum en hun partners. Het project is gericht op het gebruik van de innovatieve en creatieve benadering van “photovoice” om huidige en toekomstige sociale en jeugdwerkers en de jongeren met wie ze werken in heel Europa te versterken. Het bouwt voort op ons succesvolle voorgaande project “YourEP” en het vervolg “Europe3E”¹, waarin we voor het eerst met de methode experimenteerden. In het “VOICE”-project passen we de methodiek in internationale jeugdwerkcontext aan, en pleiten we voor de promotie en mainstreaming van Photovoice in internationale projecten en onderzoek met jongeren.

Hoewel lokale en kleinschalige projecten die photovoice gebruiken in heel Europa en wereldwijd te vinden zijn, draagt het “VOICE”-project bij aan een bredere inzet op EU-schaal om de methode te mainstreamen in Europees sociaal en jeugdwerk. We zijn van mening dat de methode een sleutelinstrument is voor de toekomst van het Europese jeugd- en sociaal werk, en daarom leggen we meer nadruk op de verspreiding en verduurzaming van de resultaten van het project. Dankzij de ervaringen die zijn opgedaan tijdens onze “VOICE”-projecttrainingen en tijdens eerdere projecten waarin werd geëxperimenteerd met peer-participatieve onderzoeksmethoden in jeugdwerk, hebben we de “Photovoice-trainingsbron” gemaakt die u

momenteel aan het lezen bent. Deze handleiding vormt ook een aanvulling op de “Creatieve Video Tutorial”² door meer nadruk te leggen op de theoretische achtergrond van de methode en de integratie ervan in het jeugdwerkbeleid, met speciale aandacht voor de Europese context.

De deelnemers aan het “VOICE”-project waren grotendeels studenten van sociaal werk en jonge sociale en jeugdwerkprofessionals, die werden ondersteund door ervaren medewerkers van onze partnerjongerenorganisaties. De combinatie van jongerenorganisaties, studenten maatschappelijk werk en creatieve organisaties creëert een ideale omgeving voor vernieuwende en interculturele praktijken, en voor alle deelnemers om creatieve competenties en vaardigheden te ontwikkelen. Bovendien zorgt VOICE, door instellingen van het voortgezet onderwijs bij dit project te betrekken, voor de verankering van gedeelde vaardigheden en geleerde competenties in het project. Niet alleen binnen de context van de jeugdwerkpraktijk, maar ook in het formele jeugdwerkonderwijs. De duurzaamheid van de resultaten van dit project wordt gegarandeerd door de productie van deze huidige handleiding, evenals videotutorials, een speciale webpagina en een reeks beleidsaanbevelingen voor beleidsmakers.

¹ Voor meer informatie over deze projecten: <https://www.yes-forum.eu/projects/>

² YES Forum, “VOICE - Participation & Empowerment in Youth Work” Projectwebsite, <https://voice.yes-forum.eu>

INLEIDING

“Photovoice”, of “foto’s die onze individuele en collectieve ervaring verwoorden”, is een innovatieve en creativiteitsbevorderende methode die wordt gebruikt om persoonlijke en collectieve verhalen te delen doormiddel van foto’s. Het is bedoeld om mensen in staat te stellen de sterke punten en zorgen van hun gemeenschap vast te leggen en erover na te denken. Het bevordert ook een kritische dialoog en kennisproductie binnen grote en kleine groepsdiscussies over foto’s. De methode vertegenwoordigt een grote troef om verdere doelen te bereiken, zoals onderzoeksbijdrage, belangenbehartiging en het bereiken van beleidsmakers op een participatieve manier. In feite stelt de methode iedereen in staat, ongeacht hun vaardigheden en kennis over een bepaald onderwerp, zich uit te drukken door hun eigen creativiteit te benutten, volgens een stapsgewijs proces. Dit alles gefaciliteerd door getrainde professionals.

Photovoice is gebruikt als hulpmiddel voor participatieve behoefteanalyses in verschillende omgevingen, met verschillende doelgroepen en om verschillende redenen. De methode werd eerst getest met lokale vrouwen afkomstig van het platteland van China, om het voor hen ontwikkelde beleid te evalueren (Burris & Wang, 1997, details in hoofdstuk 2). In ons geval geeft deze handleiding nuttige inzichten over de toepassingen van de methode in de internationale jeugdwerkcontext. Het is gericht op jongerenorganisaties, jongerenwerkers, studenten sociaal en jeugdwerk en universiteiten, en in het algemeen op alle partijen die geïnteresseerd zijn in het opnemen van photovoice in hun werk.

Daarom hebben we deze gids ontwikkeld, die tot doel heeft de lezers de nodige theoretische en praktische kennis bij te brengen over het gebruik van de photovoice-methode, waarbij de nadruk wordt gelegd op de internationale jeugdwerkcontext.

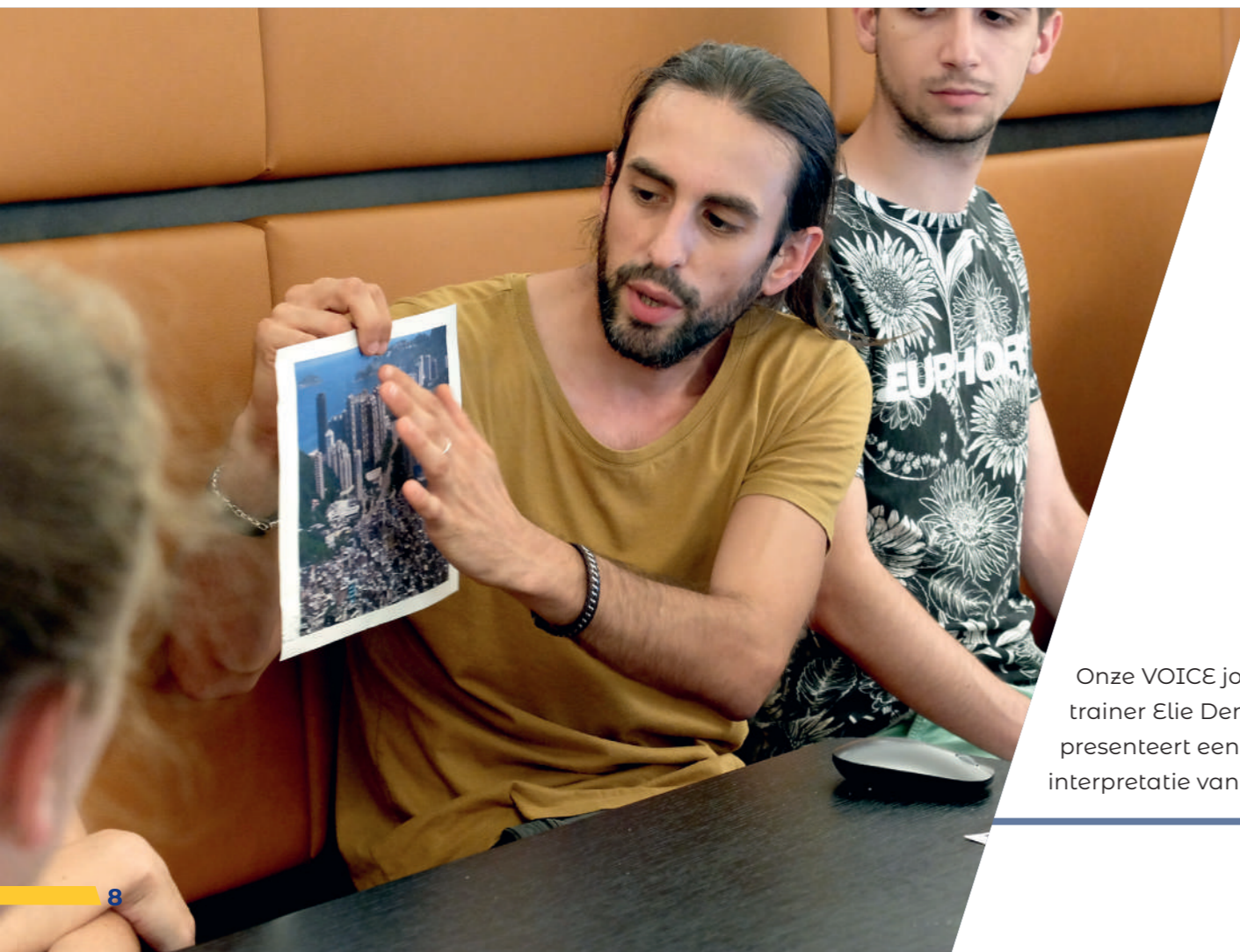
Hoofdstuk 2 van het handboek bouwt voort op het literatuuronderzoek en de theoretische aspecten die relevant zijn voor ons onderwerp, na een kort historisch overzicht van het methodegebruik in verschillende tijden en disciplines én speciale aandacht voor projecten waar jongeren bij betrokken zijn. Hoofdstuk 3 richt zich op het pleiten voor het gebruik van de photovoice-methode in internationaal jeugdwerk, en schetst de voordelen die het kan bieden aan jeugdwerkers, jongerenorganisaties en beleidsmakers. Bovendien wordt de stand van zaken op het gebied van jeugdwerk, met nadruk op het Europese beleid, gepresenteerd. Het laatste deel van het handboek, hoofdstuk 4, is een stapsgewijze handleiding, die een meer praktische presentatie biedt van de photovoice-methode, vergezeld van kant-en-klaar materiaal voor het gebruik van de methode door sociale en jeugdwerkers met hun jongeren in een internationale context.



Een VOICE deelnemer maakt foto's tijdens de training in Viareggio.

DE PHOTOVOICE-METHODE: THEORETISCHE ACHTERGROND EN EERDER GEBRUIK

Hoofdstuk 2 illustreert in meer detail de belangrijkste inzichten uit de academische literatuur over de photovoice-methode. In eerste instantie op theoretisch niveau, wordt photovoice ingekaderd vanaf het concept van de methode en de eerste toepassing in plattelandsgemeenschappen, tot de voordelen ervan voor toepassing bij verschillende gelegenheden en met verschillende doelgroepen, met een speciale focus op jongeren. Hoofdstuk 4 legt de theoretische basis van de methode in het huidige hoofdstuk vast. Hoofdstuk 4 richt zich later op de meer concrete, praktische aanpak, waarbij het stapsgewijze proces van de photovoice wordt gepresenteerd en aangevuld met kant-en-klaar materiaal om de implementatie ervan te ondersteunen.



Onze VOICE jongeren trainer Elie Demerseman presenteert een interpretatie van een foto.

2.1. INLEIDING TOT DE PHOTOVOICE-METHODE

“Photovoice” staat voor “Photos Voicing Our Individual and Collective Experience”. De photovoice-methode is een op kunst gebaseerde, kwalitatieve onderzoeksmethode met participatieve kenmerken (Mitchell & Allnutt, 2008), die de afgelopen decennia in verschillende contexten is getest. Door de mainstreaming van smartphones die zijn uitgerust met mobiele camera’s, wordt photovoice een steeds toegankelijker methode die het vermogen van deelnemers prikkelt om hun eigen realiteit in hun gemeenschap te identificeren en vast te leggen.

Photovoice heeft meestal drie hoofddoelen:

- a) Om stemmen te laten horen en deelnemers in staat te stellen bewust te worden van de problemen waarmee ze worden geconfronteerd, voor hun rechten op te komen en informatie uit te wisselen.
- b) Deelnemers betrekken bij een kritische dialoog, hen helpen vertrouwen te krijgen in hun capaciteiten en op hun rol in de samenleving als aanjagers van verandering.
- c) Beleidsmakers bereiken en politieke beslissingen beïnvloeden door bewustmaking van specifieke kwesties.

Het is praktisch een **diagnostisch hulpmiddel voor gemeenschappen** dat mensen in staat stelt problemen aan de oppervlakte te brengen die waarschijnlijk over het hoofd worden gezien en worden verwaarloosd door individuen en groepen van buiten de gemeenschap. Bovendien kunnen visuele technieken een middel zijn voor **zelfexpressie** en kunnen ze een venster openen naar de directe omgeving, gevoelens en percepties van de fotograaf (Hubbard, 1994). Vandaar dat fotografie het mogelijk maakt **om de stemmen van de deelnemers te horen**, eerst **visueel** en vervolgens door **mondelinge interpretaties** van hun foto’s. Het is dus aangetoond dat verhalende foto’s zelfreflectie en zelfinzicht in iemands realiteit en in het leven van andere mensen bevorderen (qtd. in Bromfield & Capous Desyllas, 2017).



2.2. OORSPRONG VAN DE TERM “PHOTOVOICE”

De term ‘**photovoice**’ is ontwikkeld op basis van drie bronnen, zoals beschreven in Wang en Burris (1997):

- a) de theoretische literatuur over onderwijs voor kritisch bewustzijn, feministische theorie en documentaire fotografie;
- b) de inspanningen van gemeenschapsfotografen en participatieve docenten om veronderstellingen over representatie en documentair auteurschap ter discussie te stellen en
- c) [onze] ervaring met het verwoorden en toepassen van het proces in het door de Ford Foundation gesteunde Yunnan Women’s Reproductive Health and Development Program” (p.370).

De bovengenoemde bronnen zijn van vitaal belang voor onze discussie, omdat ze allemaal een onderscheidend kenmerk hebben bijgedragen aan de photovoice-methode. Freire is een voorstander geweest van “kritische pedagogiek”, een educatieve benadering die de traditionele rollen van zowel leraren als leerlingen uitdaagt. Met deze methode verwerpt hij passief leren en richt hij zich op het actief betrekken van lerenden bij het tot zich nemen van kennis. Freire legt uit dat de dialoog tussen ‘onderdrukte’ stemmen een middel is om gemeenschappelijke zorgen samen te brengen, ze op een punt te

brengen dat mensen hun eigen realiteit in

twijfel trekken en hen toerusten om verandering in hun leven te brengen (Freire, 1970). Een hulpmiddel dat hij gebruikte om de dialoog tussen de leerlingen op gang te brengen, was het visuele beeld in de vorm van tekeningen en foto’s (Freire, 1973).

De feministische theorie en praktijk brengen in de discussie het element van inclusie van zelden gehoorde stemmen. Aanvankelijk gericht op de vrouwenstemmen die onder vooringenomen kritiek vielen, breidt het zich uit tot elke vorm van vooroordeel over participatief onderzoek (Wang & Burris, 1997).

Documentaire fotografie is zoals gezegd: “de dingen die gezegd moeten worden in de taal van foto’s” (Stryker qtd. in Burris & Wang, 1997). Fotografen documenteren al jaren hun eigen perceptie van de werkelijkheid. Er zijn pogingen gedaan om verschillende bevolkingsgroepen te betrekken bij het gebruik van de camera’s om na te denken over hun realiteit door de hoek van de fotograaf te gebruiken en vast te leggen wat ze willen zien. In een poging om de regierol van de fotograaf uit te dagen, slaagden verschillende fotografen en opvoeders erin om specifieke bevolkingsgroepen, van verschillende leeftijden en achtergronden, te betrekken bij het maken van foto’s. Foto’s die hun eigen invalshoek uitdrukken en die gebruikt moeten worden om beleidsmakers te bereiken in hun gemeenschappen (zie Burris & Wang, 1997).

2.3. TOEPASSINGEN VAN DE PHOTOVOICE-METHODE

2.3.1. Photovoice en onderzoek

Kwalitatief onderzoek is tegenwoordig uitgebreid met op kunst gebaseerde methoden, om stemmen, verhalen en ervaringen weer te geven die traditioneel het zwijgen worden opgelegd of gemarginaliseerd worden in de gebruikelijke methoden voor het verzamelen en analyseren van tekstuele gegevens (Knowles & Cole, 2008). De integratie van kunst in onderzoek laat ruimte voor creatieve expressie van individuele en collectieve ervaringen door het gebruik van een verscheidenheid aan genres: literaire technieken (bijv. fictie, auto-etnografie), performance (bijv. dans, theater), beeldende kunst (bijv. schilderen, foto’s, collage), nieuwe media (bijv. video, blogs), enz. Dit type onderzoek maakt gebruik van verschillende manieren om de wereld te kennen en te ervaren (Finley, 2011). Beeldende kunst, en in het bijzonder de photovoice-methode, brengen een nieuw perspectief op het gebied van representatie

en interpretatie van data.

Als een participatieve peer-onderzoeksmethode richt photovoice zich op het mogelijk maken van participatie en actie via een “reflectieve cyclus, waarbij deelnemers gegevens verzamelen en analyseren en vervolgens bepalen welke actie moet volgen” (Baum et al, 2006, p. 854). De methode is gebaseerd op de gemeenschap, flexibel en kan verschillende doelen dienen (mobilisatie van de gemeenschap, beoordeling van behoeften, proces- en uitkomstevaluatie vanuit een participatief perspectief) (Catalani & Minkler 2010; Wang & Burris 1997). Door de actieve rol van de deelnemers tijdens het hele proces wordt de traditionele relatie tussen de onderzoeker en de deelnemers uitgedaagd; in plaats daarvan worden de deelnemers zelf onderzoekers.



2.3.2. Waarom Photovoice?

De belangrijkste vraag is waarom photovoice moet worden beschouwd als een effectieve onderzoeksmethode en uiteindelijk moet worden geselecteerd uit de verscheidenheid aan beschikbare kwalitatieve methoden. Volgens Wang & Burris (1997) is het gebruik van de photovoice-methode bedoeld om de behoeften van een gemeenschap onder de aandacht te brengen door middel van een aantal onderscheidende bijdragen:

- a) Het haalt kennis uit een vitale bron van expertise, die niet wordt beïnvloed of gestuurd door de behoeften van de onderzoekers.
- b) Het maakt gebruik van een krachtig communicatiemiddel, het visuele beeld, dat krachtiger is dan woorden.
- c) Het is voor iedereen toegankelijk, zolang ze een camera kunnen gebruiken, aangezien de mogelijkheid bestaat dat ze niet kunnen lezen of schrijven.
- d) Het vergemakkelijkt het bemonsteren van verschillende sociale en gedragsituaties die een onderzoeker mogelijk niet zelf heeft gekozen.
- e) Het gebruik van camera's kan de motivatie, trots en het gevoel van eigendom van de deelnemers over hun foto's vergroten.
- f) Het bevestigt en herdefinieert de behoeften van een bepaalde samenleving.
- g) Het brengt de ideeën van meerdere leden van de samenleving in de discussie.
- h) Het biedt onmiddellijke en tastbare voordelen voor de deelnemers en hun gemeenschappen.
- i) Het brengt zowel behoeften als troeven naar boven.
- j) Het stimuleert sociale actie.

Ongetwijfeld kan photovoice, zoals alle methoden, enkele beperkingen tegenkomen. Het belangrijkste is dat, aangezien deelnemers de leiding hebben over de foto's die ze maken, ze onvermijdelijk prioriteit zullen geven aan het maken van foto's die vooral logisch zijn voor hen en hun gemeenschappen. Kiezen om een foto te laten zien terwijl je ervoor kiest om een andere te "verbergen", bewijst dat deze selectie gebaseerd is op persoonlijk oordeel en daarom een subjectief resultaat oplevert. Echter, aangezien mensen de middelen geven om uit te drukken hoe zij hun werkelijkheid opvatten het doel van het hele proces is, is subjectiviteit niet perse negatief. Bovendien is dit een veel voorkomende beperking, aangezien alle methodologieën zijn ontworpen, geïmplementeerd en geëvalueerd door mensen, en daardoor onderhevig zijn aan hun huidige overtuigingen, voorkeuren en percepties (bijvoorbeeld of een vraag wordt gekozen om in een vragenlijst te worden ingevoegd of niet).

2.3.3. Toepassing van Photovoice

Onderzoekers hebben photovoice gebruikt bij verschillende bevolkingsgroepen, in verschillende omgevingen en op verschillende terreinen, waaronder antropologie, maatschappelijk werk, sociologie, onderwijs en verpleging (Dyches, Cichella, Olsen, & Mandelco, 2004). Het is een hulpmiddel dat vooral wordt gebruikt in samenlevingen waar buitenstaanders geen duidelijk beeld van hebben. Sinds de ontwikkeling van de methode, en tot nu toe, hebben onderzoekers participatieve onderzoeksontwerpen gebruikt om oplossingen op maat te bieden om te voldoen aan de behoeften van kwetsbare

groepen, en om hen sterker te maken door hen een stem te geven (Fleming et al., 2009; Murray, 2006).

Aanvankelijk gebruikten Burris en Wang de photovoice-methode voor participatieve behoeftenanalyse. In hun onderzoek werden lokale vrouwen uit dorpen in Yunnan (China) geselecteerd als deelnemers omdat hun bevolkingsgroep te maken had met onderwijsbelemmeringen en sociaal-politieke uitsluiting. De lokale vrouwen werden getraind in fotografie en werden gevraagd om de foto's te selecteren die de behoeften van hun gemeenschap beter beschreven, om ze in groepen te bespreken en om de overkoepelende kwesties, thema's of theorieën te identificeren (1997). Deze toepassing van photovoice was bedoeld om mogelijke onjuiste veronderstellingen te corrigeren die zouden kunnen leiden tot ongepaste interventies binnen de belangengemeenschap. De toepassing kwam voort uit het inzicht dat beleid en programma's die door buitenstaanders zijn ontworpen om interne problemen aan te pakken, mogelijk niet overlappen met de be-

hoeften die cruciaal worden geacht door de bevolking zelf. In dit geval werd de methode effectief bevonden als een "instrument om de ontoereikende theorie waarop programma's gebaseerd kunnen zijn te herstellen" (Burris & Wang, 1997).

Het gebruik van foto's als stem voor sociale verandering is in de literatuur gevolgd met betrekking tot verschillende gemarginaliseerde bevolkingsgroepen zoals oudere volwassenen (Killion & Wang, 2000), daklozengroepen (Morrell, 2007; Killion & Wang, 2000), volwassenen met leerproblemen (Booth & Booth, 2003), allochtone adolescenten (Streng et al., 2004), personen met hiv/aids (Rhodes et al., 2007), economisch en etnisch diverse gemeenschappen (Wang & Pies, 2004).

Sinds de geboorte heeft de photovoice-methode zich verder verspreid dan participatief onderzoek en heeft het op verschillende manieren bijgedragen aan het geven van een stem aan gemarginaliseerde bevolkingsgroepen (in belangenbehartiging en andere campagnes), zoals benadrukt in hoofdstuk 4.

2.3.4. De rol van de facilitator in Photovoice

Over het algemeen is de rol van de facilitator het begeleiden van een activiteit om ervoor te zorgen dat deze soepel verloopt. Een "ideale" facilitator zet zich in om het vermogen van individuen om efficiënt samen te werken te verbeteren én om de informatie te verstrekken die nodig is voor de activiteit en om ervoor te zorgen dat de deelnemers toekomstige problemen kunnen oplossen, zonder afhankelijk te zijn van de hulp van de facilitator (Schwartz, 1994). In de meeste gevallen is de rol van de facilitator neutraal. Bij photovoice wordt van de facilitator verwacht dat hij voldoende kennis heeft van fotografie, kennis van de politieke/sociale realiteit waarin hij of zij zich bevindt, evenals kennis van gemeenschapswerk. Ondersteuning en respect voor verschillende persoonlijke esthetiek en fotografiestijlen zijn

ook belangrijk (Burris & Wang, 1997).

Evenzo, wanneer de facilitator betrokken is bij onderzoek en/of projecten met jongeren, die in de meeste gevallen geen ervaring hebben met participatie in de politieke sfeer en het besluitvormingsproces, zal zowel naar een gestructureerde onderwijsbenadering als naar een op vertrouwen gebaseerde relatie worden gestreefd.

Hoofdstuk 4, waarin het stapsgewijze proces wordt besproken waarop photovoice berust, vestigt de aandacht op de belangrijkste facilitatietips waarvan een nieuwe photovoice-facilitator op de hoogte moet zijn om de methode effectief te implementeren.

2.4. PHOTOVOICE-METHODE TOEPASSING BIJ JONGE BEVOLKINGSGROEPEN

Photovoice is vaak gebruikt bij kinderen, studenten en jonge bevolkingsgroepen in participatieve jeugd- en onderzoeksprojecten. Ze passen goed in het spectrum van de “gemarginaliseerde” bevolkingsgroepen, aangezien deel uitmaken van deze leeftijdsgroepen meestal overeenkomt met een gebrek aan status en macht om beslissingen te beïnvloeden die hen aangaan. Daartoe is Photovoice met succes geïmplementeerd bij jongeren in verschillende contexten, bijvoorbeeld in cultureel diverse klaslokalen (Chio & Fandt, 2007), bij middelbare scholieren over hun school (qtd in Burris & Wang, 1997), bij adolescenten uit multi-etnische gemeenschappen in naschoolse programma's (Strack, Magill, & McDonagh, 2004), met vrouwelijke maatschappelijk werkstudenten in multiculturele klaslokalen (Bromfield & Capous-Dessylas, 2017), enz.

Doorgaans kan het uitvoeren van onderzoek volgens traditionele onderzoeksmethoden met jonge deelnemers worden belemmerd door verschillende factoren, zoals een gebrek aan motivatie, een laag zelfbeeld en machtsonevenwichtigheden tussen de volwassen onderzoekers en jongeren (Lushey & Munro, 2015). Ook blijkt dat kinderen en jongeren onwillig zijn om onenigheid of ontevredenheid te tonen tijdens interviews met volwassen onderzoekers, wat betekent dat de reacties niet oprecht kunnen zijn en dat de bevindingen daardoor vertekend kunnen zijn (Fine & Sandstrom, 1998). De photovoice methode en haar onconventionele peer research aanpak, brengt meer evenwicht in termen van “macht” in de relatie tussen de onderzoeker/pedagoog/jeugdwerker en de deelnemer. De

integratie van kunst in sociaal werk en onderwijs kan mogelijk de ervaringsdimensies van leren versterken, en studenten helpen om kennis te genereren (Glover-Graf, 2000).

De afgelopen jaren hebben de opvattingen van jongeren meer erkenning gekregen en daarom zijn er aanzienlijke inspanningen geleverd om jongeren te betrekken bij de besluitvorming en beleidsontwikkeling. Aangezien beleidsmakers niet regelmatig uiteenlopende input krijgen van bevolkingsgroepen met verschillende achtergronden, hebben onderzoekers, maatschappelijk werkers en opvoeders de taak om kansen te creëren voor jongeren om hun stem te laten horen.

Een aantal onderzoekers, maatschappelijk werkers en opvoeders hebben beweerd dat het gebruik van photovoice in jeugdprojecten een groot potentieel heeft, omdat het jonge deelnemers de tools en vaardigheden geeft om een actieve rol in hun samenleving te spelen. Door gebruik te maken van de vaardigheden die ze hebben opgedaan, creëert het maken van hun eigen foto's en het begeleiden van het onderzoek/project een gevoel van trots, vergroot het hun zelfrespect en helpt het, vooral voor kinderen en adolescenten, bij hun identiteitsvorming, wat hun empowerment verder vergroot (Strack, Magill, en McDonagh, 2004). Het is een proces dat deelnemers in staat stelt om “het bewustzijn van hun persoonlijke en professionele zelf te verkennen”, en ook het bewustzijn van belangrijke sociale kwesties, met de mogelijkheid om ideeën en acties voor sociale verandering te genereren (Bromfield & Capous-Dessylas, 2017, p. 509)

Twee onderwerpen blijken echter voor problemen te zorgen tijdens de uitvoering van de photovoice-projecten. Allereerst, zoals al besproken in paragraaf 3.2., zien jonge mensen vaak de meest ‘zorgwekkende’ aspecten over het hoofd die een onderzoeker/maatschappelijk werker/opvoeder zou verwachten. Een andere uitdaging kan zijn dat er onbereikbare verwachtingen kunnen worden gewekt

over wat jongeren kunnen op het gebied van beleidsbeïnvloeding. Zoals betoogd door Strack et al., is het van het grootste belang dat de onderzoeker/docent het proces van verspreiding van de onderzoeksresultaten van jongeren zo vroeg mogelijk plant, om ervoor te zorgen dat geïnteresseerde partijen komen opdagen en luisteren (2004).

2.5. METHODE AANVRAGEN IN HET YES FORUM

In het project “Europe3E” experimenteerden YES Forum en zijn partners voor het eerst met de photovoice-methode met jongeren met verschillende achtergronden, waaronder een meerderheid van “kansarme jongeren” of, zoals het Erasmus+-programma ze noemt, “jongeren met minder mogelijkheden”. De jonge deelnemers werden uitgenodigd om fotografietraining te volgen, meer te leren over de EU-politiek, hun camera's te gebruiken om een onderzoeksvraag te beantwoorden, hun resultaten te bespreken en thema's eruit te halen, en ten slotte een tentoonstelling te organiseren om hun foto's en hun boodschappen te verspreiden aan een groter publiek. Door de photovoice-methode te gebruiken, hielden de jonge deelnemers tijdens het onderzoeksproces een hoge motivatie en creativiteit vast, terwijl ze kwesties van zorg voor hun generatie aan de oppervlakte brachten.

Over het algemeen was het gebruik van photovoice een grote troef in de context van het sociale werk van het YES Forum: het bood een kader waardoor jongeren met uiteenlopende obstakels konden deelnemen aan de burgerdialoog van de EU en hun eigen persoonlijke boodschappen aan de EU-instellingen konden uiten. Belangrijk is dat de photovoice-methode hen ondersteunde bij het omzetten van hun individuele ervaringen en standpunten in een gedeeld en collectief verhaal ondersteund door krachtige visuele verhalen.

Op basis van onze ervaring met deze succesvolle implementatie van de photovoice-methode, zijn we van mening dat de methode grotendeels moet worden gebruikt in sociaal en jeugdwerk. Ons werk tijdens het VOICE-project wordt vertaald in een stapsgewijze, goed gestructureerd trainingshandboek dat gebruikt kan worden door jeugdwerkers, vooral degenen die betrokken zijn bij internationaal jeugdwerk.

PHOTOVOICE EN HET EUROPEES JEUGDWERKBELEID

3.1. PHOTOVOICE IN DE CONTEXT VAN INTERNATIONAAL SOCIAAL EN JEUGDWERK

Ten eerste moeten we verduidelijken dat als we het over jeugdwerk hebben, we het hebben over elke activiteit “van sociale, culturele, educatieve, ecologische en/of politieke aard door, met en voor jongeren, in groepen of individueel” (Raad van Europa, znd). Dergelijke initiatieven zijn gebaseerd op niet-formele en informele leerprocessen en worden geleverd door jeugdwerkers, hetzij vrijwillig, hetzij op basis van een arbeidsovereenkomst. Via jeugdwerk worden jongeren betrokken bij activiteiten die hun actieve participatie en betrokkenheid, hun grotere inclusie in hun gemeenschap en hun betrokkenheid bij de besluitvorming vergemakkelijken.

Photovoice biedt tal van voordelen voor onderzoek, maar ook voor het uitvoeren van activiteiten voor actieve betrokkenheid en participatie waarbij de jonge bevolking betrokken is. Maatschappelijk en jeugdwerkers kunnen veel baat hebben bij de methode. Omdat het flexibel en aanpasbaar is aan verschillende contexten, zal photovoice jonge deelnemers waarschijnlijk gedurende het hele proces gemotiveerd en actief houden en bruggen bouwen met jongeren voor een betere erkenning van hun zorgen. De jongeren daarentegen kunnen genieten van deze methode van collectieve productie van kennis, hun gedachten vrijelijk uiten en belangrijke vragen stellen die

hun kritisch denken verder zullen versterken.

Aangezien deze handleiding zal worden gebruikt als een gids voor sociale en jeugdwerkers die betrokken zijn bij internationaal jeugdwerk, is het belangrijk om te illustreren hoe de photovoice-methode kan worden opgenomen in internationale samenwerkingprojecten voor jongeren. De term “internationaal jeugdwerk” beschrijft het jeugdwerk waarbij jeugdwerkers en jonge deelnemers met verschillende nationale achtergronden betrokken zijn. Zoals uitgelegd door SALTO Training and Cooperation Resource Centre, staat in de context van Europese samenwerkingsprojecten het concept “internationaal jeugdwerk” voor: “Werk ... gedaan samen met internationale collega's, waarbij vaak een vreemde taal als lingua franca wordt gebruikt, in een waardegedreven context, ..., voornamelijk in een residentiële setting, ..., en met een link naar de bredere politieke context (Europees of mondiaal)” (nd). Of het nu gaat om Europese samenwerking of mobiliteitsprojecten, de methode kan dienovereenkomstig worden aangepast aan de behoeften van elke activiteit. Aangezien de betreffende handleiding het resultaat is van een Europees samenwerkingsproject, wordt de nadruk vooral gelegd op de specifieke context.

Leer meer

We zien vaak dat de termen “Europese Unie (EU)” en “Europa” door elkaar worden gebruikt. Deze twee woorden drukken echter twee verschillende dingen uit. De term “Europa” wordt gebruikt om het geografische continent te beschrijven. Aan de andere kant beschrijft de term “Europese Unie” de politieke unie die is gecreëerd door een aantal landen in Europa. Zo maken verschillende Europese landen geen deel uit van de Europese Unie.

Ga voor meer informatie over de EU-lidstaten, structuur en bevoegdheden naar de website: https://european-union.europa.eu/index_en

In de hierboven beschreven context worden jongeren met verschillende sociale, politieke en nationale achtergronden samengebracht om meningen uit te wisselen en na te denken over onderwerpen die belangrijk zijn voor hen en voor hun toekomst in Europa en daarbuiten, met de hulp van sociale en jongerenwerkers. Het participatieve onderzoek door vakgenoten en het gebruik van kunst via de photovoice-methode kan een dergelijke internationale en interculturele dialoog tussen hen effectief en plezierig vergemakkelijken. Photovoice zou daarom kunnen worden gebruikt om een alternatieve “lingua franca” voor jongeren te creëren om te communiceren en contact te maken door taalkundige obstakels binnen interculturele groepen te verkleinen en hen te betrekken bij zinvolle uitwisselingen. Door het gebruik van photovoice worden deelnemers in staat gesteld om zich, individueel en in groepen, uit te drukken over de onderwerpen die van belang zijn, terwijl ze kritisch nadenken over en werken aan mogelijke oplossingen voor hun problemen. Terwijl ze hun mening over Europa en de EU delen, zullen ze waarschijnlijk vooropgezette ideeën blootleggen en stereotypen identificeren die ze mogelijk hebben overgenomen. Daartoe kunnen jonge mensen in staat worden gesteld verder te gaan dan wat ze denken te weten, en een breder scala aan stemmen te omarmen die voortkomen uit de

persoonlijke verhalen en ervaringen van de individuen die bij het proces betrokken zijn.

Zoals eerder vermeld, is de photovoice-methode flexibel en aanpasbaar aan verschillende contexten, waardoor het een effectieve basis vormt voor groepsdiscussies over verschillende mogelijke onderwerpen, waaronder onderwerpen die complex, afstandelijk en vaak verkeerd begrepen kunnen zijn, zoals sociale inclusie binnen Europa en de Europese Unie. Daartoe is het van cruciaal belang om de efficiëntie en toepasbaarheid ervan te benadrukken in sociaal werk waarbij gemarginaliseerde groepen betrokken zijn. Een enorm voordeel van de methode is dat het inclusie genereert van jonge mensen die geconfronteerd worden met uitdagingen die leiden tot hun sociale, politieke of economische uitsluiting binnen hun gemeenschappen in de verschillende Europese landen.

Last but not least geeft de methode jongerenwerkers en praktijkmensen de kans om hun kennis te verbreden over nieuwe methoden en instrumenten om het politieke bewustzijn en de kennis van jongeren te vergroten. Zodra maatschappelijk werkers en jeugdwerkers in de praktijk leren ‘Photovoicemen’, kunnen ze zich dienovereenkomstig aanpassen en het ook toepassen in een peer-learning-context met hun lokale jongeren.

3.2. PLEITEN VOOR ONDERSTEUNING EN PROMOTIE VAN PHOTOVOICE IN EUROPA

3.2.1. Photovoice voor jongerenparticipatie in de Europese context

De EU streeft naar een vreedzame unie van mensen die dezelfde waarden delen en werken aan het bereiken van gemeenschappelijke doelen. Die vooraf gedefinieerde doelen worden voortdurend verfijnd om aan de behoeften van de mensen van deze unie te voldoen. Om de constructie van de Europese Unie efficiënt te laten werken en oplossingen te creëren voor echte problemen van gewone mensen, is constante inbreng noodzakelijk. Zoals de geschiedenis heeft aangetoond, hebben politieke regimes input-legitimatie van hun burgers nodig, vooral in tijden van crisis zoals politieke, sociale, economische of medische noodsituaties.

In de EU-context wordt de legitimering van input voornamelijk geleverd door de feedback van het maatschappelijk middenveld aan de instellingen. Directe en indirecte lobbyactiviteiten bij de instellingen, of met andere woorden belangenbehartigingsactiviteiten met de bedoeling de beslissingen op alle beleidsniveaus te beïnvloeden, garanderen een zekere mate van toegang tot het beleidsvormingsproces. Groepen uit het maatschappelijk middenveld vertegenwoordigen, bepleiten en fungeren als communicatiekanaal voor specifieke groepen van de bevolking, waardoor ze indirect de kans krijgen om deel uit te maken van dit proces. In ons geval kunnen maatschappelijke organisaties die jongeren in Europa vertegenwoordigen hun zorgen in de politieke arena

brenge via verschillende routes met open dialogen, bijeenkomsten van belanghebbenden, campagnes, beleidsdocumenten en publicaties die het meest worden gebruikt. Ook al leveren deze routes beleidsmakers rijk materiaal, toch staan ze vaak ver af van de realiteit van gemarginaliseerde jongeren.

De afgelopen jaren heeft de EU geprobeerd beter te luisteren naar wat jongeren te zeggen hebben - indirect, zoals hierboven beschreven, of direct door jongeren zelf te ontmoeten. Initiatieven zoals de "Europese jongerendialoog", de "Conferentie over de toekomst van Europa", het "Europees jongerenevenement" en andere soortgelijke initiatieven brengen jongeren, jongerenbelanghebbenden en beleidsmakers samen voor zinvolle uitwisselingen om vorm te geven aan samen de toekomst. Voortbouwend op de feedback van jongeren streven instellingen ernaar hun ideeën in te passen in het jeugdbeleid.

Wederom zullen delen van de bevolking niet bij dit proces worden betrokken vanwege een gebrek aan toegang tot informatie, mobiliteit, taalvaardigheden, enz. Terwijl bijvoorbeeld jonge studenten in instellingen voor hoger onderwijs die al een Erasmus+-uitwisseling hebben meegemaakt, de gebruikelijke publiek dat deelneemt aan de burgerdialooginitiatieven van de EU, blijven die "andere" jongeren van wie de stem nog

steeds niet wordt gehoord, moeilijk te bereiken.

Organisaties die met en voor jongeren werken om hun sociale integratie te versterken, delen een gemeenschappelijk doel en belang: de stem van zoveel mogelijk jongeren laten horen. In navolging van de algemene richting van de EU om jongeren te activeren en in staat te stellen actieve burgers en aanjagers van verandering in hun gemeenschappen te worden (Commissie, 2018), moeten jongerenorganisaties de rol op zich nemen om jongeren met verschillende achtergronden kansen op niet-formeel onderwijs te bieden dat zal hun gevoel van participatie en burgerschap, hun kritisch denken en creativiteit verder cultiveren. Vanwege de aard van de financieringsprogramma's zelf waaronder deze activiteiten worden gefinancierd

en gepromoot (Erasmus+, Europees Solidariteitskorps, enz.) en inclusie in participatie en actief burgerschap wordt verwacht.

Gezien de cruciale rol die zowel maatschappelijke organisaties als jongerenwerkers spelen bij het betrekken van jongeren met verschillende achtergronden bij hun activiteiten, is het belangrijk ervoor te zorgen dat de methoden die worden gebruikt om hun stem te laten horen, zodanig zijn ontworpen dat ze passen bij de doelgroep. Zoals uitgelegd in 3.1. minimaliseert de flexibiliteit van de photovoice-methode taalbarrières en integreert zowel de individuele als de collectieve ervaringen van jongeren uit heel Europa (en daarbuiten). Daartoe kan de implementatie van de methode een grotere inclusie garanderen, en dus een breder scala aan jongeren die profiteren van elk project/activiteit.



The VOICE deelnemers krijgen een rondleiding in Viareggio, Italy.

Kortom, zowel entiteiten die internationale activiteiten ontwerpen voor actieve participatie en burgerschap van jongeren, als beleidsmakers zouden photovoice moeten omarmen en erkennen als een betrouwbare methode, aangezien het:

- Brengt de stem van gemarginaliseerde jongeren in de beleidsvormingsdiscussie en zorg zo voor een meer gerichte beleidsvorming.
- Demonstreert levendig en zonder vooroordeel de problemen waarmee jongeren worden geconfronteerd in hun lokale, voornamelijk, maar ook nationale, Europese en internationale context.
- Bewijst dat ongeacht hun sociale, economische en politieke achtergrond jongerenorganisaties, jongerenwerkers en Europa als geheel luisteren, waardoor het gevoel van verbondenheid en het Europese burgerschap van jongeren wordt versterkt.
- Zorgt voor extra legitimering van de bestaande politieke constructies door bevolkingsgroepen te bereiken die beleidsmakers anders niet effectief zouden bereiken.
- Efficiënt diverse jonge doelgroepen bereikt en ze er creatief bij betrokken worden: van tieners tot studenten uit het tertiair onderwijs tot NEEET's¹.
- Aanmoedigt tot verdere deelname aan het sociale en politieke leven aan en bewijst dat het uiten van meningen en ervaringen niet een voordeel kan zijn voor enkelen.

¹ "NEET's" staat voor „niet in werk, onderwijs of opleiding“. Voor meer informatie: <https://www.eurofound.europa.eu/topic/neets>



- Bijdraagt aan meer impact door middel van aantrekkelijke visuele storytelling en het bereiken van meerdere bevolkingsgroepen, naast de al direct betrokkenen.

3.2.2. De Photovoice-methode in het Jeugdwerk van de 21e eeuw

Jeugdwerk wordt uitgevoerd door een breed scala aan instellingen, organisaties en mensen, individueel of in teams. Toegegeven, sommige landen hebben mogelijk een langere traditie van professioneel jeugdwerk dan andere, met gekwalificeerd personeel en een gestructureerde nationale en lokale jeugdwerkbenadering, of reeds lang bestaande structuren voor vrijwilligerswerk voor jongeren (Raad van Europa, zd). Sommige landen hebben jeugdwerk ingevoerd als onderdeel van hun sociale voorzieningen, terwijl andere jongerenwerk misschien

niet als een “beroep” erkennen, maar het behandelen als vrijwilligerswerk (Raad van Europa, nd). Hoe dan ook, op het niveau van de Europese beleidsvorming werd de erkenning van jeugdwerk en de verbetering van de voorwaarden ervan door landen ondersteund door tal van activiteiten, aanbevelingen en conventies. Zowel de Europese Unie als de Raad van Europa geven de lidstaten aanbevelingen die moeten worden opgenomen in hun nationale jeugdwerkbeleid, altijd op vrijwillige basis en volgens hun reeds bestaande nationale regels.

De Raad van Europa en de Europese Unie hebben via hun SALTO-YOUTH-¹ resourcecentra de afgelopen jaren belangrijk werk verricht voor jeugdwerk en jeugdwerkers. Aangezien de jeugd ongetwijfeld een prioritaire groep is voor de toekomst van Europa, zijn er verschillende inspanningen geleverd om de jeugdwerksector te professionaliseren. SALTO-YOUTH erkent dat jeugdwerk een gebied is dat hoge professionele competenties vereist en ondersteunt en werkt aan capaciteitsopbouw voor jeugdwerkers en trainers. Meer specifiek ondersteunt de EU via de “Europese opleidingsstrategie” de competentieontwikkeling van jeugdwerkers om internationaal te werken en jongeren te ondersteunen via leermobiliteitsprojecten (SALTO, zd). In deze context werd het “Competentiemodel voor jeugdwerkers om internationaal te werken” ontwikkeld als een instrument dat moet worden aangepast aan de specifieke realiteit en doelgroepen. In het algemeen is het gericht tot jeugdwerkers, onderwijzend personeel en opleiders die internationale mobiliteitsprojecten organiseren en organisaties en instellingen die opleidingsstrategieën voor jeugdwerkers ontwikkelen.

¹ Voor meer informatie over het werk en de structuur van SALTO-YOUTH: <https://www.salto-youth.net/about/>

Als we dit competentiemodel van dichtbij bekijken, is het duidelijk dat het een zeer aanpasbaar model is op basis van aanbevelingen, waarin sleutelconcepten zijn opgenomen die al zijn verkend en geassocieerd met de “photovoice”-methode. Zo kunnen we competenties vinden die te maken hebben met het garanderen van diversiteit in participatie, het afstemmen van leermethodes op doelgroepen, het gebruik van non-verbale communicatie, enz. Nochtans mist het “Competentiemodel voor Jeugdwerkers om Internationaal te Werken” de nadruk op het belang van kunst en creatieve expressie in het jeugdwerk, buiten de gebaande paden tredende methodes zoals photovoice.

Gezien de talrijke voordelen van de photovoice-methode in het jeugdwerk, zouden beleidsmakers enkele verdere stappen moeten nemen om het gebruik van meer creatieve, participatieve methoden te mainstreamen in de context van internationaal jeugdwerk. Ook al is ‘photovoice’ slechts een onderdeel van een grotere categorie van op kunst gebaseerde, collegiale participatieve onderzoeksmethoden, toch kunnen beleidsmakers, eerst op EU-niveau en vervolgens via aanbevelingen in de lidstaten, formeel verwijzen naar dit soort methoden in hun bestaande documenten. Het aannemen van een meer verwelkomende houding ten opzichte van artistieke expressiemiddelen, gebouwd buiten de traditionele op trefwoorden gebaseerde beleidsnota's, zou verder kunnen leiden tot grondiger onderzoek en praktische experimenten met de methode door een groter aantal geïnteresseerde partijen. Vooral voor jeugdwerkers en (sociale) organisaties die experimenteren met innovatieve en creatieve benaderingen van jeugdwerk, zou het van vitaal belang zijn om toegang te hebben tot meer middelen die door beleidsmakers over dit onderwerp worden verstrekt via de gebruikelijke EU-platforms (bijv. SALTO, Europees jongerenplatform, enz.).

HOE PHOTOVOICE TE GEBRUIKEN - STAPSGEWIJZE METHODOLOGIE EN TOOLBOX

Terwijl de voorgaande hoofdstukken zich concentreerden op de theoretische achtergrond, die het gebruik ervan in diverse omgevingen ondersteunde en de kans benadrukten die het biedt in het kader van het EU-jeugdbeleid, zal hoofdstuk 4 nu ingaan op de meest praktische behoeften van nieuwkomers in de wereld van photovoice.

We beginnen met een blik op de concrete doelen die de methode kan dienen, welke belanghebbenden baat kunnen hebben bij het gebruik van deze methode, en welke “voor- en nadelen” moeten worden overwogen voordat wordt besloten om photovoice te gebruiken.

Het volgende deel geeft een algemeen overzicht van de stapsgewijze methode, waarbij de nadruk ligt op het concreet ontvouwen van een Photovoice-oefening.

Ten slotte introduceert dit overzicht het laatste maar meest praktische gedeelte, waarbij elke stap nader wordt bekeken en de belangrijkste aspecten worden benadrukt die een Photovoice-begeleider moet overwegen bij het plannen van een Photovoice-activiteit. In deze sectie wordt de nieuwe “photovoicer” uitgerust om met dit krachtige hulpmiddel om te gaan door toegang te krijgen tot overzichten van activiteiten vergezeld met kant-en-klaar materiaal.

The VOICE deelnemers
krijgen een rondleiding in
Viareggio, Italy.

4.1. WAT EN VOOR WIE IS HET?

Om te begrijpen waarom photovoice een efficiënt antwoord is op de problemen van veel belanghebbenden als het gaat om inclusie, is het belangrijk om de belangrijkste kenmerken ervan te onthouden. Als een op de gemeenschap gebaseerde, participatieve, kwalitatieve onderzoeksmethode die fotografie combineert met sociale actie. Vanuit de basis vertrouwt photovoice op de volgende hoofdkenmerken:

- **Visueel gebaseerd:** het gebruikt fotografie als een toegankelijk hulpmiddel en een rijke visuele ondersteuning voor het creëren van collectieve betekenis;
- **Participatief:** de deelnemers beantwoorden niet passief vragen, maar bouwen actief mee aan alle aspecten van een photovoice-project (definiëren van een onderwerp, verzamelen van ruwe gegevens, interpreteren ervan, verspreiden ervan), en worden “co-onderzoekers”;
- **Kwalitatief onderzoek:** het maakt het mogelijk om gegevens te verzamelen die individuele en collectieve representaties en percepties van de werkelijkheid tot uitdrukking brengen, waardoor rijk subjectief materiaal wordt geleverd om samen te interpreteren en om te zetten in meer objectieve resultaten;
- **Sociale actie:** de resulterende kennis, inclusief impactvol beeldmateriaal en verhalen, wordt gebruikt om beleidsvorming te informeren en te beïnvloeden in de richting van positieve sociale verandering.



4.1.1. De diverse doeleinden die Photovoice kan dienen

Als een reflectie- en rapportagemethode, die het formuleren van collectieve boodschappen vergemakkelijkt en deze door middel van foto's overbrengt, wordt photovoice geleidelijk in steeds meer diverse omgevingen gebruikt, waarbij het zijn oorspronkelijke doel als participatieve onderzoeksmethode ver overstijgt.

Door zijn originele kenmerken is photovoice bijzonder geschikt voor de inclusie van gemarginaliseerde groepen in de publieke sfeer: het is een manier om een stem te geven aan gemeenschappen die doorgaans uitgesloten blijven van de politieke sfeer, omdat politieke kaders en beleid hen geen aangepaste ruimte bieden om zich uit te spreken over kwesties van gemeenschappelijk belang.

The VOICE deelnemers discussieren over wat een goede foto is met hulp van onze creative partners.

Photovoice is daarom een perfecte match voor stakeholders die de volgende doelstellingen nastreven:

Participatief kwalitatief onderzoek: de “kernmissie” van photovoice is om een sleutelrol te geven aan gemarginaliseerde groepen binnen academisch onderzoek in de sociale wetenschappen, de diverse vooroordelen die worden veroorzaakt door niet-participatieve methoden weg te nemen en het leggen van een sterke nadruk op het impact maken op beleid doormiddel van de resulterende kennis.

Voorbeeld: Amerikaanse onderzoekers onderzochten hoe studenten van de eerste generatie met een laag inkomen hun loopbaanontwikkelingsproces tijdens hun eerste jaar op de universiteit ervaren. Photovoice werd gebruikt om visuele gegevens en bijbehorende verhalen te verzamelen die een rijke dataset opleverden die door studenten tijdens hun overgang naar de universiteit was gemaakt. De auteurs benadrukten hoe “beelden als de drijvende vorm van expressie, studenten voor wie de taal van de academische wereld vreemd kan aanvoelen, in staat stelden om complexe aspecten te verwoorden (...)” (Jehangir et al., 2019).

Consultatiemethode: photovoice helpt inzicht te geven in een specifieke situatie, thema of maatschappelijk probleem door een directe stem te geven aan de mensen die ze ervaren.

Voorbeeld: Het YES Forum paste voor het eerst zelf photovoice toe om de zelf- en collectieve expressie van de jongeren van zijn lidorganisaties te vergemakkelijken over een onderwerp dat heel vaak te complex, afstandelijk en verkeerd begrepen aanvoelt: Europa en de Europese Unie. Deelnemers beantwoordden de zeer open vraag “Wat betekent Europa voor jou?”, wat inzicht gaf in het leven van gemarginaliseerde jongeren in verschillende EU-landen, hun perceptie van Europa en de impact van de Covid-19-pandemie in het gebied!

Behoeft-evaluatie / Monitoring / Evaluatietool: photovoice is een doeltreffende manier om de begunstigen van een toekomstig openbaar beleid of particulier initiatief in staat te stellen hun concrete behoeften zonder filter te identificeren en mee te delen, en/of om de veranderingen te beoordelen die dergelijke interventies tijdens of na hun implementatie veroorzaken.

Voorbeeld: de makers van de photovoice-methode gebruikten het eerst zelf als een hulpmiddel om de behoeften te beoordelen om plattelandsvrouwen in Zuidwest-China sterker te maken, door hen een toegankelijke manier te bieden om hun dagelijkse werk- en gezondheidsrealiteit uit te drukken en de beleidsvorming te beïnvloeden. De foto's hebben bijvoorbeeld beleidsmakers ertoe aangezet om kinderopvang voor deze vrouwen te starten nadat ze kinderen alleen zagen spelen zonder toezicht (Burriss et Wang, 1997).

Advocacy-tool: photovoice is ook perfect aangepast om deelnemers te helpen het eens te worden over kernboodschappen en deze te promoten door middel van aantrekkelijke visuele storytelling, bijvoorbeeld door een Social Media-campagne op te zetten met authentieke input.

Voorbeeld: Photovoice werd gebruikt als een strategie om studenten in staat te stellen te pleiten voor veranderingen in het rookbeleid op de campus in de Verenigde Staten en bood “een effectief platform voor studenten om met succes te pleiten voor de verplaatsing van asbakken die in strijd waren met het beleid” (Seitz C. et al., 2012).

Empowerment-tool: photovoice kan een gemeenschap ook in staat stellen om inzicht te krijgen in haar eigen situatie (bv. sterke en zwakke punten, obstakels en kansen) en problemen op te lossen waar ze als groep voor staan. Hoewel empowerment heel vaak een “bijproduct” is van het gebruik van photovoice voor andere doeleinden, kan het ook de belangrijkste focus zijn!

Voorbeeld: Docenten maatschappelijk werk leidden een klasproject waarin ze photovoice gebruikten als een pedagogisch hulpmiddel om het persoonlijke en professionele zelfbewustzijn te vergroten onder vrouwelijke, moslim- en maatschappelijk werkstudenten in een interculturele klasomgeving in de Arabische Golf (Bromfield N. & Capous -Desyllas M., 2017).

¹ Bekijk voor meer informatie het Europe3E-project (Europe through Young Eyes: Explore, Exchange, Exhibit) hier: <https://www.yes-forum.eu/projects/>

4.1.2. Wie kan er baat bij hebben?

Als gevolg hiervan is photovoice een perfecte match voor belanghebbenden die een van de bovengenoemde doelstellingen nastreven en werken aan de opname van gemarginaliseerde gemeenschappen in de publieke sfeer.

Deze omvatten in het bijzonder:

- **Onderzoekers & studenten** in de sociale wetenschappen
- **NGO's** in jeugd en maatschappelijk werk
- **Activisten** die het bewustzijn over specifieke kwesties vergroten (formeel gegroepeerd als ngo's of informele groepen)
- **Beroepsbeoefenaars** in specifieke vakgebieden zoals volksgezondheid (bijv. clinici die aangepaste oplossingen willen bieden voor specifieke situaties)
- **Opvoeders**
- **Beleidsmakers** die directe, authentieke input zoeken van de burgers die ze dienen
- **Communityleden** die zelf hun community willen verbeteren

4.1.3. Photovoice “Pros & Cons”: voordelen en nadelen in vergelijking met traditionele methoden

Er blijft een vraag over: waarom is photovoice zo geschikt voor de exact opgesomde doeleinden en belanghebbenden in het licht van de kenmerken die in de inleiding van deze sectie worden benadrukt? Hier is een gedetailleerd overzicht van de diverse voordelen die deze functies in ons vakgebied mogelijk maken!

Voordelen voor deelnemers zelf:

- **Meer vaardigheden en kennis over fotografie** en het gebruik ervan voor sociale verandering
- **Verbeterd kritisch denken**
- **Verhoogde samenwerkings-/collectieve uitdrukkingsvaardigheden** (hoe collectief een boodschap te definiëren en overeen te komen)
- **Meer kennis van de eigen gemeenschap** (bijv. sterke en zwakke punten, behoeften, vaardigheden en ervaringen om te delen ...)
- **Meer vertrouwen in het vermogen van de deelnemers om voor zichzelf op te komen** (hun stem verheffen in andere situaties)

Voordelen om de doelen van de onderzoeker/facilitator te bereiken:

- **Aanpasbare methode:** photovoice is eenvoudig te implementeren in verschillende omgevingen en tijdsbestekken.
- **Toegankelijkheid:** photovoice heeft een lage – of geen – drempel om deel te nemen, aangezien er in het begin geen vaardigheden vereist zijn, ook niet in fotografie. Fotografie zelf, door haar visuele essentie, helpt om vele obstakels voor zelf-expressie te overwinnen door de reflectie van deelnemers te stimuleren zonder dat ze eerst hun ideeën onder woorden hoeven te brengen.
- **Geschikt voor elk onderwerp wanneer verbale communicatie minder geschikt is:** photovoice helpt om taboe of emotionele onderwerpen aan te pakken, evenals meningen over abstracte concepten en onderwerpen. Het kan worden gezien als een “alternatieve manier van weten”.
- **Meer ontspannen, open band:** de methode helpt om deelnemers te betrekken die zich niet op hun gemak voelen bij of zelfs op hun hoede zijn voor meer formele situaties.



- **Betrokken, actief, leuk:** omdat het interactiever en dynamischer is dan traditionele methoden, verbetert photovoice de betrokkenheid en motivatie van de deelnemers. Normaal gesproken heeft niemand een passie voor het schrijven van beleidsaanbevelingen ... dus het gebruik van fotografie is een perfect alternatief!
- **Visuele resultaten:** photovoice biedt krachtig materiaal voor communicatie, vooral als het gaat om belangenbehartiging. Beelden hebben meer invloed dan woorden, omdat ze meer directe en emotionele reacties oproepen.
- **Versterkt deelnemers en vermindert vooroordelen:** omdat deelnemers op gelijke voet worden geplaatst met de onderzoeker/facilitator, vermindert photovoice de doorgaans problematische "machtsonevenwichtigheid", die kan leiden tot vertekende resultaten en minder betrokkenheid bij deelnemers.

Nadelen:

Ondanks de vele troeven is photovoice geen "one-size-fits-all" oplossing! Geïnteresseerde partijen moeten rekening houden met de volgende nadelen voordat ze de methode gebruiken.

- **Ongeschikt voor grootschalige projecten of samples:** photovoice is aangepast aan kleine groepen, en niet aan initiatieven gericht op grotere groepen. Photovoice past doorgaans niet in kwantitatief onderzoek en kan een consultatie die gericht is op het bereiken van 1000 deelnemers aanvullen maar niet vervangen.
- **Tijdrovend:** door veel korte interviews op een dag af te nemen, gaat het verzamelen van gegevens veel sneller, terwijl het "ideale" Photovoiceproces inhoudt dat er gedurende een bepaalde periode meerdere ontmoetingen met deelnemers worden georganiseerd. Bovendien kan het doorlopen van een photovoice-traject op zich eenvoudig en ongecompliceerd zijn, maar kan het ook tijdrovend "out-reachwerk" zijn om de gewenste doelgroep te betrekken.
- **Niet alle deelnemers voelen zich op hun gemak bij het maken van foto's met een persoonlijk aspect:** hoewel Photovoice helpt bij het aanpakken van taboes of emotionele onderwerpen, is het niet altijd een perfecte match voor 100% van de deelnemers, en soms kunnen directe één-op-één gesprekken tot diepere resultaten leiden zelfs als er meer tijd nodig is om vertrouwen op te bouwen.

The VOICE deelnemers presenteren hun interpretaties van foto's.

- **Gebruiksvriendelijkheid van photovoice kan leiden tot misbruik ervan:** vooral in onderzoek kan photovoice verleidelijk zijn als een 'snelle en gemakkelijke' vervanging voor langdurige etnografische betrokkenheid, maar leidt niet noodzakelijkerwijs tot resultaten van gelijke kwaliteit en validiteit als de onderzoeker/begeleider zijn methodologie niet zorgvuldig plant. Met andere woorden: photovoice gaat niet alleen over het maken van foto's en erover praten.
- **Validiteit van bevindingen kan in twijfel worden getrokken:** photovoice staat voor hetzelfde obstakel als kwalitatief onderzoek in het algemeen als het gaat om hoe het kan worden waargenomen, maar nog meer vanwege de visuele en participatieve componenten die bijdragen aan de perceptie van de methode als "minder rigoureuus, te frivol".

- **Beleidsmakers kunnen voorzichtig zijn met het accepteren van resultaten:** om dezelfde redenen kunnen sommige "machtsmakelaars" die het doelwit zijn van een photovoice-project, de resultaten eenvoudigweg afwijzen. Politici 'oude stijl' luisteren misschien gemakkelijker naar meer formele kanalen, zoals formele, schriftelijke beleidsaanbevelingen.



4.2. STAPSGEWIJS PROCES EN FACILITERING: ALGEMEEN OVERZICHT



PHOTOVOICE

=

Photos
Voicing Our Individual and
Collective Experience

Behalve dat het een mooi acroniem is, roept deze eenvoudige samenvatting van photovoice de vraag op: hoe gebruik je foto's concreet om individuele ervaringen om te zetten in een collectieve boodschap?

Om een algemeen begrip te geven van wat een "Photovoicepad" in de praktijk betekent, legt dit gedeelte de basisstappen vast waarop de methode vertrouwt om het doel te bereiken. Het belicht ook algemene principes die cruciaal zijn om in gedachten te houden bij het plannen van dit traject in zijn geheel.

Dit overzicht stelt ons op zijn beurt in staat om ons meer in detail te concentreren op elk van de stappen in de volgende en laatste secties.

4.2.1. De essentie van een "Photovoice-pad"

Een photovoice-project kan worden onderverdeeld in de volgende hoofdstappen:

1. Een Photovoice-project voorbereiden
2. Deelnemers voorbereiden op Photovoice
3. Onderzoeksvraag: Ontwikkeling & Discussie
4. Veldwerk – Foto's maken
5. Selectieproces
6. Disseminatie / Photovoice-tentoonstelling

1. Een Photovoice-project voorbereiden:

Alvorens contact op te nemen met deelnemers, moet een onderzoeker/facilitator die van plan is om photovoice te gebruiken eerst de specifieke kenmerken van zijn eigen context in overweging nemen. Past photovoice in een breder kader? Is het onderwerp daarop al ingesteld? Is de termijn beperkt door een deadline? – en hun algemene plannen dienovereenkomstig aanpassen.

2. Deelnemers voorbereiden op Photovoice:

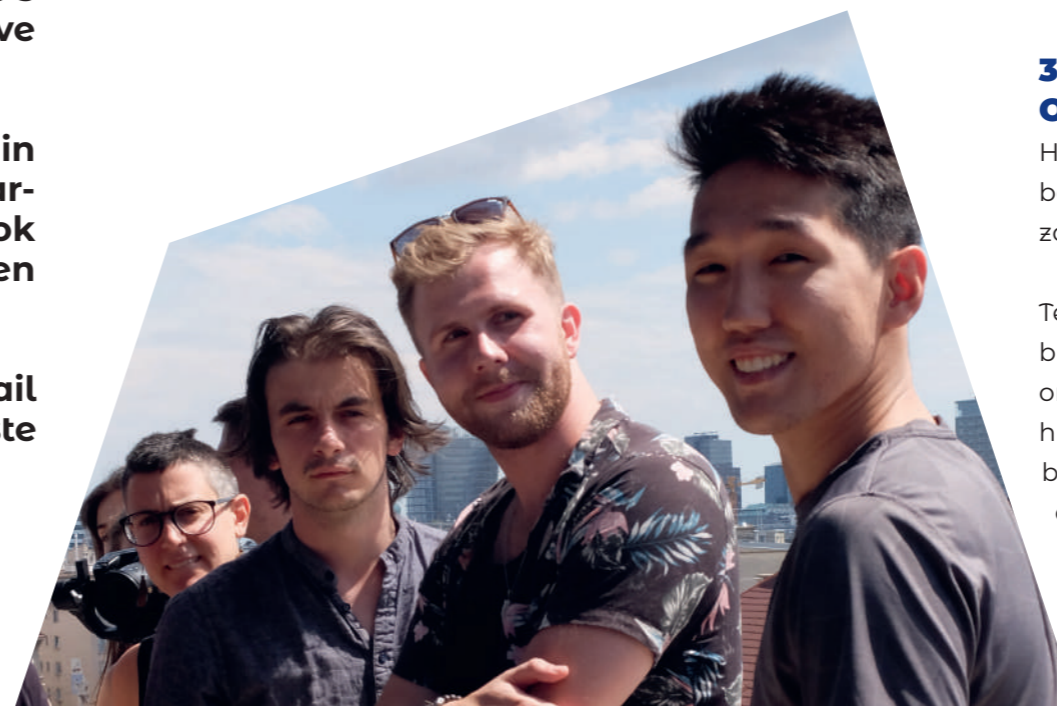
Voordat ze worden uitgenodigd om zich te uiten over het geselecteerde onderwerp door middel van foto's en groepsdiscussies, moeten deelnemers voorbereid zijn. Deze voorbereiding omvat drie hoofdaspecten:

- Introductie van de Photovoice-methode: hoe werkt photovoice? In welke context passen de bijdragen van deze deelnemers?
- Vertrouwen opbouwen binnen de groep: de traditionele ijsbrekers, naamspelletjes en andere niet-formele methoden zijn een must-have om teambuilding te bevorderen en ervoor te zorgen dat deelnemers zich op hun gemak voelen bij elkaar voordat ze beginnen met het delen van persoonlijke kwesties!
- Vertrouwd raken met fotografie: deelnemers hoeven geen professionele fotografen en kunstenaars te worden. Het introduceren van belangrijke aspecten in de fotografie kan echter hun creativiteit stimuleren en hen helpen om hun ideeën om te zetten in overtuigende visuele boodschappen.

3. Onderzoeksvraag – Ontwikkeling & Discussie:

Het startpunt van een Photovoiceproces begint met het formuleren van een "Onderzoeksvraag".

Ten eerste worden deelnemers betrokken bij het ontwerpen van de onderzoeksvraag om ervoor te zorgen dat deze relevant is voor hun persoonlijke ervaring en dat de exacte betekenis ervan door alle deelnemers wordt overeengekomen. Als de context een speci-



fiek onderwerp “vereist” (bv. photovoice past in een breder onderzoeksproject), worden de deelnemers op zijn minst betrokken bij het kiezen van de exacte formulering, om te voorkomen dat een “buitenstaander” hen beïnvloedt door de formulering van de vraag zelf. Als de context meer of zelfs volledige vrijheid in de keuze van het onderwerp toelaat, garandeert het betrekken van deelnemers in dit vroege stadium dat het geselecteerde onderwerp en de resulterende vraag voor hen betekenisvol zijn en niet gebaseerd zijn op misleidende veronderstellingen!

Daarna doorlopen de deelnemers een speciale sessie waarin ze tijd en een aangepaste setting krijgen om na te denken over hun persoonlijke antwoorden op de onderzoeksvraag. De nadruk ligt hier op het formuleren van individuele antwoorden, dwz antwoorden die de mening van elke individuele deelnemer weergeven. Deelnemers kunnen echter hun persoonlijke antwoorden bespreken om elkaars individuele reflecties te stimuleren en te brainstormen over hoe deze antwoorden door middel van foto's kunnen worden uitgedrukt.

4. Veldwerk - Foto's maken:

deelnemers worden voorbereid en begeleid door het “veldwerk”, zodat ze foto's kunnen maken die de ideeën overbrengen die ze in de vorige fase hebben bedacht. De onderzoeker/facilitator is meestal verantwoordelijk voor het bieden van de juiste setting om dit te doen, bijvoorbeeld de tijd en plaats die gelegenheid bieden om de foto's te maken die de deelnemers gepland hebben.

5. Selectieproces:

deelnemers schrijven “bijchriften” of annotaties bij hun foto's, waarin ze gedetailleerd en expliciet maken wat ze via de foto's willen communiceren.

Ze delen hun individuele foto's en bijbehorende verhalen met de rest van de groep en be-

spreken vervolgens de resulterende verhalen en berichten: Zijn er gemeenschappelijke thema's? Wat is belangrijk voor de groep?

Ten slotte selecteren de deelnemers als resultaat van deze discussies slechts enkele foto's, waarbij ze zich concentreren op de foto's waarmee de meeste - zo niet alle - uit de groep zich mee kan identificeren en waarmee ze het eens kunnen zijn. Daartoe vormen de uiteindelijke foto's en verhalen een gemeenschappelijk antwoord op de onderzoeksvraag. Op deze manier drukken de resultaten van photovoice, zowel foto's als verhalen, niet het verhaal van één persoon uit, maar eerder een groepsboodschap.

6. Verspreiding / Photovoice-tentoonstelling:

Uiteindelijk gebruiken de deelnemers hun resultaten – de laatste keuze aan foto's en verhalen – om de “machtshebbers” te bereiken die de middelen hebben om hun leven te beïnvloeden. Deze verspreidingsfase is een cruciaal onderdeel van alle photovoice-projecten, omdat het essentieel is om de positieve sociale impact ervan te garanderen: het delen van gedachten en meningen met besluitvormers maakt het mogelijk om te delen wat belangrijk is voor deelnemers en om te pleiten voor verandering over het geselecteerde onderwerp.

Dit gebeurt meestal door de organisatie van een Photovoice-tentoonstelling waarbij beleidsmakers en andere belanghebbenden worden uitgenodigd om de deelnemers te ontmoeten en hun resultaten te bespreken. Deze verspreiding van de resultaten kan echter worden aangepast aan de context van het photovoice-project: de ‘machthebbers’ zijn bijvoorbeeld niet noodzakelijkerwijs politici, afhankelijk van het onderwerp, en een openbare fototentoonstelling is niet altijd de beste manier om ze te betrekken!

4.2.2. Algemene tips

Terwijl de volgende sectie de aandacht vestigt op de belangrijke aspecten bij het plannen van elke stap van een photovoice-project, moet het volgende zorgvuldig worden overwogen bij het ontwerpen van de algemene lay-out van een photovoice-proces.

Pas op voor het risico van tokenisme :

maak participatie daadwerkelijk participatief!

“Tokenism” is de praktijk van het leveren van een oppervlakkige poging om inclusief te zijn voor leden van minderheidsgroepen, alleen voor de schijn. Deze inspanningen voor inclusie stoppen meestal bij het opnemen van leden van een gemarginaliseerde gemeenschap in een project, zonder dat ze veel te zeggen hebben over het ontwerp of de resultaten ervan, en zonder verder na te denken over hun specifieke behoeften. Een genderevenwichtige werkplek betekent bijvoorbeeld niet dat vrouwen geen enkele vorm van seksuele intimidatie zullen tegenkomen zonder specifiek beleid om het probleem aan te pakken.

In het geval van photovoice moeten de deelnemers zoveel mogelijk worden betrokken bij alle stadia: dit omvat niet alleen het verzamelen van gegevens (dwz het maken van foto's en het maken van aantekeningen), maar ze moeten beginnen met de ontwikkeling van de onderzoeksvraag en verder gaan met de ontwikkeling van de onderzoeksvraag, interpretatie/analyse van de resultaten (dwz door middel van groepsdiscussies die opkomende trends en thema's uit foto's uitkiezen, annotaties detailleren en aanpassen), evenals hun verspreiding (dwz deelnemers moeten bijdragen aan het plannen van de Photovoice-tentoonstelling en deze zelf

organiseren).

De beschreven stappen vertegenwoordigen echter het “ideale Photovoice”-proces en kunnen worden aangepast afhankelijk van diverse beperkingen (bijv. beschikbaarheid van deelnemers, gezondheidstoestand, potentiële omzet).

Aanpassen aan uw doelstellingen:

Het gebruik van photovoice in de context van academisch onderzoek vereist bijvoorbeeld een veel rigouze analyseproces dan het proces dat wordt geïmplementeerd als het doel is om deelnemers te versterken.

Binnen een **academisch onderzoeksproject** is de striktheid van uw analyseproces essentieel voor de validiteit van uw bevindingen. Daarom zul je dit analyseproces zorgvuldig moeten structureren, vastleggen en in totaal een langer proces moeten plannen (bv. in eerste instantie thema's identificeren / resultaten codificeren, daarna in tweede instantie controleren of ze relevant zijn, thema's aanpassen / codes als ze in derde instantie minder relevant blijken te zijn dan verwacht, enz.).

Wanneer photovoice wordt gebruikt voor een ander doel dan academisch onderzoek, blijft de methodologie belangrijk om te garanderen dat belanghebbenden de representativiteit van de resultaten van deelnemers niet in twijfel trekken, maar de verwachtingen zijn natuurlijk lager dan bij het uitvoeren van academisch onderzoek. Het opnemen van de discussies van uw deelnemers om uw bevindingen te ondersteunen, zou dan een slimme strategie kunnen zijn.

Photovoice gebruiken met de “jongere jeugd”:

Zelfs als we het beperken tot de gebruikelijke definitie van jongeren in de Europese Unie als “mensen tussen de 13 en 30 jaar”, blijft de jeugd een zeer grote en heterogene groep. Naast de “voor de hand liggende” details, zoals het verkrijgen van toestemming van de ouders voor hun betrokkenheid of het begeleiden van hen tijdens veldwerk buitenshuis, vereist het gebruik van Photovoice bij jongeren onder de 18 jaar in verschillende opzichten aanvullende voorzorgsmaatregelen.

Of ze nu aan hun overgang naar volwassenheid zijn begonnen of niet, jonge mensen bevinden zich in een meer “kwetsbare” positie dan oudere generatiecohorten, aangezien ze bezig zijn op te groeien als burgers en de percepties van de politiek vormen die hun toekomstige maatschappelijke betrokkenheid zullen bepalen - of het ontbreken daarvan. Zoals benadrukt door Strack et al. (2014) “ photovoice heeft het potentieel om het negatieve resultaat te creëren door hoop te wekken, maar het beleid niet te informeren of de publieke bezorgdheid te wekken. Een dergelijke situatie kan ervoor zorgen dat deelnemers zich hopelozier en minder krachtig voelen dan toen ze met het programma begonnen. Het is absoluut noodzakelijk dat gecoördineerde maatregelen worden genomen om dit negatieve gevolg te voorkomen. Daarom is vroege planning, die ernaar streeft de steun en interesse van gemeenschapsleiders en beleidsmakers te verwerven, van het grootste belang ”. Hoewel dit geldt voor alle potentiële deelnemers, dringt dit argument er bij beoefenaars op aan om extra voorzichtig te zijn bij het

betrekken van jonge mensen bij Photovoice.

Het is belangrijk te voorkomen dat er te hoge verwachtingen worden gewekt over wat jongeren kunnen bereiken op het gebied van beleidsbeïnvloeding. Voor een echt participatief proces moeten photovoice-deelnemers worden betrokken bij het plannen en houden van een laatste verspreidingsmoment, meestal een Photovoice-tentoonstelling. Het is echter belangrijk om in gedachten te houden dat de meeste jongeren geen connecties hebben met de grotere gemeenschap en daarom afhankelijk zijn van de invloed van ‘verbonden’ volwassenen om een relevant publiek te bereiken en aan te trekken (Strack R. et al., 2004).

Jongere deelnemers zullen bovendien extra ondersteuning nodig hebben bij het voorbereiden van hun deelname aan een dergelijk evenement: dit betekent echter niet dat iemand in plaats van hen moet spreken! Daartoe zal een facilitator die met jongere deelnemers werkt meer tijd moeten besteden aan de planning van hun uiteindelijke foto-expositie, en vooral aan de voorbereiding van de deelnemers zelf (bijv. hen vertrouwd maken met spreken in het openbaar, indien relevant, training om een foto te presenteren aan een “volwassen buitenstaander” die alternatieve en aangepaste manieren verkent om ruimte te geven aan de jonge deelnemers aan het evenement.



4.3. STAPSGEWIJZE INSTRUCTIES EN KANT-EN-KLAAR MATERIAAL

Voortbouwend op het algemene begrip van hoe een photovoice-project zich ontvouwt in de vorige sectie, richt dit laatste deel zich op elke fase van het stapsgewijze proces.

Om het voor aspirant-Photovoicebegeleiders zo gemakkelijk en ongecompliceerd mogelijk te maken om de methode voor de eerste keer te implementeren, wordt elke stap als volgt beschreven:

- **Doelstellingen:** Uitleg over de verwachte resultaten van elke stap;
- **Facilitatietips – waar u op moet letten:** Opmerkingen die de aandacht vestigen op de specifieke factoren waarmee rekening moet worden gehouden bij het plannen en faciliteren van elke stap, en om zich aan te passen aan iemands doelen, context en doelgroep;
- **Activiteitschema 's:** voorgestelde activiteiten voor elke stap, met zowel stapsgewijze instructies als kant-en-klaar materiaal om ze uit te voeren (bijv. vooraf ingevulde PPT's en werkbladen).

Houd er met betrekking tot de Activiteitenoverzichten rekening mee dat:

- **Vereiste kennis:** aangezien deze hele gids ingaat op de behoeften van academische geleerden in de sociale wetenschappen, evenals jongeren en maatschappelijk werkers die geïnteresseerd zijn in het gebruik van photovoice in hun eigen context, belichten en beschrijven de volgende pagina's aspecten die specifiek zijn voor photovoice, en geven

alleen samenvattingen in relatie met jeugd en maatschappelijk werk. Dit wordt gedaan in de veronderstelling dat de lezer op zijn minst enige eerdere ervaring en expertise heeft in het opzetten van jeugd-/ sociale projecten (bijv. het werven van deelnemers, het opbouwen van vertrouwen bij hen, het identificeren van relevante belanghebbenden).

- **Kant-en-klaar materiaal:** Het begeleidende materiaal wordt geleverd in het Engels, elk stuk in zijn originele .pptx- of .doc-indeling om vertaling en aanpassing naar eigen behoeften te vergemakkelijken. Al het downloadbare materiaal wordt aangegeven met het symbool¹:



Timing: De voorgestelde timing voor alle activiteiten is geschikt voor groepen van 10 tot 20 deelnemers. Het is het minimale tijdsbestek dat nodig is om de doelstellingen van een stap te bereiken, hoewel het raadzaam is om waar mogelijk extra tijd te besteden om diepere discussies en rijkere resultaten mogelijk te maken. Met de voorgestelde minimale timing kan een volledig Photovoiceproces (exclusief een definitieve fototentoonstelling) in 1,5 dag passen met de volgende agenda als voorbeeld:

¹ Alle bronnen zijn permanent beschikbaar in een enkel pakket op de volgende URL: https://yes-forum.eu/fileadmin/user_upload/docs/Projects/2021/VOICE/VOICE.PhotovoiceTrainingResourcesPack_ED.2022-06-29_rar

Dag 1	9H-10H	Deelnemers voorbereiden op Photovoice Introductie van de Photovoice-methode
	10H30-12H	Deelnemers voorbereiden op Photovoice Kennismaken met fotografie
	13H-14H	Onderzoeksvraag: Ontwikkeling
	14H30-16H	Onderzoeksvraag: Discussie
	16H-18H	Veldwerk - Foto's maken
Dag 2	10H-12H	Selectie proces



The VOICE deelnemers presenteren in groepen hun interpretatie van verschillende foto's.

Stap 1 - Een Photovoice-project voorbereiden

Doelstellingen

Het hele proces aanpassen aan uw doel, beperkingen en kansen.

Facilitatietips - Waar u op moet letten

- **Doel en doelstellingen** uw uiteindelijke doel en meetbare resultaten onderweg.

Doelen verwijzen naar uw algemene intentie, uw "uiteindelijke doel", terwijl doelstellingen verwijzen naar de stappen die moeten worden genomen om dit doel te bereiken, de concrete resultaten die bijdragen aan het bereiken ervan.

- *bijv. Doel "Bewustmaking van jeugdarmoede in mijn stad" – Doelstellingen "15 getuigenissen verzamelen van kansarme jongeren; Het organiseren van een publiekstentoonstelling met 40 gasten; Contact opnemen met lokale politici"*
- **Tijd:** Hoeveel tijd kunt u besteden aan de deelnemers? Hoe vaak? Heb je een deadline?

Het profiel van de deelnemers zal het hele proces radicaal beïnvloeden. Zo zullen werkloze jongeren gemakkelijker op regelmatige basis bijeen te komen zijn dan werkende ouders, dus in het laatste geval is een langere periode nodig.

De deadline hangt grotendeels af van je doel: je hebt misschien geen specifieke deadline en bent in staat om een langetermijnproject te plannen, of je hebt misschien minder marge als je photovoice gebruikt in een context die een deadline oplegt, bijvoorbeeld het indienen van een scriptie of een openbare raadpleging.

Over het algemeen zullen deze factoren ertoe leiden dat u uw eigen balans vindt tussen een korte, kleinschalige Photovoiceoefening die over twee dagen wordt uitgevoerd en een langlopend Photovoiceproject met sessies verspreid over meerdere maanden.

- **Deelnemers:** Wie is uw doelgroep? Hoe krijg je een representatieve groep bij elkaar?
- **Facilitator:** Hoeveel kunnen het proces faciliteren? Hoeveel ondersteuning hebben deelnemers nodig?

Deze twee factoren zijn van invloed op de grootte van de groep waarmee u kunt werken: terwijl een enkele facilitator ongeveer 10 deelnemers zonder speciale behoeften kan ondersteunen, is de beste balans 1 facilitator voor elke 5 deelnemers die extra ondersteuning nodig hebben vanwege specifieke behoeften (bijv. belemmeringen, gezondheidsproblemen, handicaps, culturele verschillen)¹.

Het is essentieel voor begeleiders om na te denken over de mogelijke uitdagingen waarmee hun doelgroepen te maken kunnen krijgen bij het werken met photovoice. Dit heeft invloed op de opzet van alle workshops, groepsgrootte, gebruikte

¹ Als u werkt in het kader van een door de EU gefinancierd project, kunt u mogelijk aanvullende financiële steun ontvangen om uw inspanningen voor inclusie te financieren.

materialen etc. Denk aan je doelgroep: waar liggen hun uitdagingen? Wat heb je nodig om je aan te passen aan hun behoeften?

- **Locaties:** waar is uw locatie? Biedt het mogelijkheden om zinvolle foto's te maken? Zo nee, waar kunt u de deelnemers anders heen leiden?

- **Materiaal:** Moet u camera's voorzien? Kun je foto's "onmiddellijk" afdrukken?

Er zijn verschillende mogelijkheden zoals het gebruik van de smartphones van de deelnemers, het gebruik van camera's die uw organisatie heeft, het lenen van camera's of het kopen van camera's voor eenmalig gebruik.

Raadpleeg de strategie voor inclusie en diversiteit van Erasmus+ en het Europees Solidariteitskorps

<https://erasmus-plus.ec.europa.eu/document/implementation-guidelines-erasmus-and-european-solidarity-corps-inclusion-and-diversity-strategythe>
website: https://european-union.europa.eu/index_en

Step 2.1 – Deelnemers voorbereiden op Photovoice – Introductie van de Photovoice-methode

Doelstellingen

Deelnemers vertrouwd maken met Photovoice, je eigen doelen en vertrouwen opbouwen binnen de groep.

Facilitation Tips – What to consider

- **Team-building:** Kennen deelnemers elkaar al? Ken je de begeleider(s)? Hoeveel teambuilding hebben ze nodig, afhankelijk van hun profiel?

Een groep waarin deelnemers elkaar al kennen (bijvoorbeeld leerlingen in dezelfde klas) kan natuurlijk veel sneller in photovoice duiken dan volslagen vreemden, maar zelfs in zo'n geval is het belangrijk om vertrouwen op te bouwen met de fa-

ilitator(s) om ervoor te zorgen dat deelnemers zich voldoende op hun gemak voelen om zich openlijk uit te drukken tijdens de Photovoiceoefening.

Aangezien photovoice speciaal is aangepast aan gemarginaliseerde groepen, is dit aspect van de voorbereiding van deelnemers bovendien des te belangrijker als u werkt met deelnemers met speciale behoeften. Gebruik je "gereedschapskist

voor jeugd en maatschappelijk werker" om deelnemers te helpen zich op hun gemak en zelfverzekerd genoeg te voelen om persoonlijke verhalen met elkaar te delen ondanks hun mogelijke problemen, zoals sociale obstakels (bijv. interpersoonlijke problemen, sociale angst, gebrek aan zelfvertrouwen, angst voor spreken).

- **Photovoice presenteren:** Het stapsgewijze proces moet worden gepresenteerd, evenals uw eigen doelen en doelstellingen, om ervoor te zorgen dat deelnemers begrijpen waar ze aan bijdragen.

Naast de stapsgewijze methode en het doel van het gebruik zal een groep die al weet wat bijvoorbeeld onderzoek of belangenbehartiging inhoudt, minder uitleg nodig hebben dan een groep die niet weet wat deze begrippen inhouden.

Het kan bijvoorbeeld nuttig zijn om onderzoek te 'demystificeren' met deelnemers die zich misschien gekke wetenschappers uit Indiana Jones voorstellen in plaats van een socioloog die zorgvuldig gegevens verzamelt door middel van interviews, of om uit te leggen wat belangenbehartiging betekent, zodat deelnemers begrijpen dat ze als

burgers kunnen 'lobbyen'. voor zichzelf".

- **Basisregels :** Is het nodig om specifieke regels te benadrukken vanwege het profiel van uw deelnemers, een gevoelig onderzoeksonderwerp of iets anders?

Naast de voor de hand liggende maar belangrijke regels zoals stiptheid, kan het nodig zijn om meer nadruk te leggen op enkele specifieke regels, afhankelijk van uw onderwerp: bij een gevoelig/verdeeldheid zaaïend onderwerp zoals gender bijvoorbeeld, is het raadzaam om meer tijd te besteden aan het bespreken van "Vrijheid van meningsuiting vs. Elkaar respecteren" om de juiste voorwaarden te scheppen voor het vrijelijk delen van ideeën en persoonlijke verhalen, om ervoor te zorgen dat deelnemers zichzelf niet censureren uit angst om door anderen te worden beoordeeld.



Activiteiten overzichten

Thema: Team-building

Groepsgrootte: tot 20 deelnemers

Duur: 30 min

Omgeving: Stoelen opgesteld in U-vorm om voldoende ruimte in het midden te laten

Materiaal: printer, camera's of smartphones

Stapsgewijze instructies:

U kunt een van de volgende „foto-gerelateerde ijsbrekers“ kiezen om teambuilding te gebruiken als een gelegenheid om ook over fotografie te praten.

“De meest opvallende foto die ik ooit heb gezien”

1. Vraag elke deelnemer vóór uw bijeenkomst om de “krachtigste” foto te vinden die ze persoonlijk kunnen bedenken en naar u op te sturen.

Het kan elk soort foto zijn: iets dat ze zich herinneren uit geschiedenisboeken, een foto die een sterke indruk op hen maakte in het nieuws of in hun Social Media-feed, een foto die ze zagen in een lokale foto-expositie ... of zelfs een van henzelf!

Als alternatief kunt u aan het begin van uw vergadering wat tijd inplannen om de deelnemers met uw steun over dit beeld te laten nadenken.

2. Druk de geselecteerde foto's van alle deelnemers af (minstens A4-formaat).

Vraag elke deelnemer tijdens de bijeenkomst om binnen een paar minuten hun persoonlijke keuze aan de rest van de groep te laten zien en te presenteren. U kunt de volgende leidende vragen gebruiken om hen te helpen, of discussies te vergemakkelijken nadat elke afbeelding is gepresenteerd

- Wat zie je op deze foto?
- Waarom heb je deze foto gekozen?

- Waar heb je / zou je deze foto kunnen vinden?
- Wat denk je dat de fotograaf wilde laten zien of vertellen? Waarom?

“Stel je voor dat”

Vraag de deelnemers voor of aan het begin van uw bijeenkomst om een foto te maken waarop ze niet voorkomen maar die hen vertegenwoordigt (bijvoorbeeld hun huis, een hobby, iets dat hun modestijl, muzieksmaak enz. symboliseert) en deel deze met jou en alleen jou, niet met de andere deelnemers.

Druk de resulterende foto's af en verdeel ze willekeurig over de groep, één foto per deelnemer.

Vraag de deelnemers vervolgens om te proberen de persoon te vinden die op de foto staat!

“Humoristische foto's”

Evenzo, vraag de deelnemers aan het begin van uw vergadering om een foto te maken die hun stemming weergeeft, maar waarop ze niet verschijnen, noch een menselijk gezicht, zodat de oefening niet te gemakkelijk is en tot grappige of verrassende resultaten kan leiden.

Stel een tijdslimiet in (bijv. 15min) om er ook een uitdaging van te maken!

Verzamel vervolgens de deelnemers en vraag ze om beurten om hun foto te laten zien. Andere deelnemers moeten eerst proberen te raden wat de afbeelding uitdrukt. Dan kan de fotograaf de waarheid onthullen!

Comments:

Naast deze foto-gerelateerde ijsbrekers, kunt u vertrouwen op uw favoriete ijsbrekers om vertrouwen op te bouwen binnen uw groep.

Thema: Photovoice presenteren

Groepsgrootte: elke

Duur: 30min

Instelling: Elke

Materiaal: Projector, PPT „Step2.1_IntroducingPhotovoice.pptx“



Zorg ervoor dat u alle volgende aspecten behandelt door middel van een eenvoudige presentatie:

- Je eigen organisatie en jezelf
- Uw doelen met het gebruik van photovoice: Waaraan zullen de resultaten van de deelnemers bijdragen? Hoe gaan ze gebruikt worden?
- Hoe werkt Photovoice?
- Hoe lang duurt uw Photovoiceproces?

Geef tijd voor Vragen & Antwoorden en pas dit aan aan uw deelnemers, en concentreer u op aspecten waarmee zij het minst vertrouwd zijn (bijv. Wat is een openbare raadpleging? Wat is belangenbehartiging?).

Opmerkingen:

Om de photovoice-methode te introduceren, kunt u ook aanvullende bronnen gebruiken, zoals de korte video-tutorial die beschikbaar is op voice.yes-forum.eu

Thema: Basisregels stellen

Groepsgrootte: tot 20 deelnemers

Duur: 20min

Instelling: Elke

Materiaal: flipchart, memoblaadjes, pennen en stiften

Stapsgewijze instructies:

Om vertrouwen op te bouwen, een gevoel van mede-eigenaarschap binnen de groep en om een grotere betrokkenheid bij deze basisregels te bevorderen, is het beter om de deelnemers te vragen om samen hun eigen regels op te stellen. Hiervoor kunt u gebruikmaken van de volgende basisactiviteit.

1. Schrijf op een flip-over gewoon 'Ground Rules'.
2. Geef de deelnemers 5 minuten de tijd om de regels op te schrijven die ze persoonlijk nodig hebben om gerespecteerd te worden om zich op hun gemak te voelen binnen de groep. Ze moeten elke regel op een ander plakbriefje schrijven.
3. Vraag een eerste deelnemer om zijn sticky notes op de flipover te plakken en deze kort toe te lichten.
4. Nodig vervolgens elke deelnemer uit om zijn eigen plakbriefjes op de flipover toe te voegen waar hij denkt dat het zinvol is, en eventuele regels uit te leggen die nog niet aanwezig zijn.

Doorgaans zullen veel deelnemers het spontaan eens zijn over "op tijd komen", wat leidt tot veel plakbriefjes die laten zien hoe belangrijk die regel is voor de hele groep.

5. Sluit af met het toevoegen van belangrijke regels die nog niet aan bod zijn gekomen.
-

Opmerkingen:

Met betrekking tot de specifieke behoeften van een photovoice-project en naast de universele "Wees op tijd" en dergelijke, moet u ervoor zorgen dat u het volgende opneemt:

- Vertrouwelijkheid: maak buiten de groep nooit bekend wie wat heeft gezegd
- Luister naar elkaar en geef elkaar voldoende tijd om te praten
- Respecteer meningsverschillen: "We komen overeen om het oneens te zijn"
- Geen goede of foute antwoorden, "zolang ze van jou zijn!"

Stap 2.2 – Deelnemers voorbereiden op Photovoice – Vertrouwd raken met fotografie

Doelstellingen

Deelnemers zijn beter in staat om via fotografie boodschappen uit te drukken en kwaliteitsfoto's te maken.

Facilitatietips - Waar u op moet letten

- **Deelnemers:** Hoe vertrouwd zijn ze al met de basisfuncties van een camera en/of smartphone? Met kunst en daarmee boodschappen overbrengen?

Bij jongere deelnemers kan een facilitator het meest elementaire aspect van het gebruik van een camera overslaan (bijv. een camera aan/uit zetten, in-/uitzoomen), terwijl het bij oudere deelnemers nodig kan zijn om meer tijd aan dit onderwerp te besteden.

Bovendien zullen leerlingen op een kunstacademie hoogstwaarschijnlijk geen inleiding nodig hebben in de creatieve aspecten van fotografie (symboliek, het gebruik van kleuren, texturen enz.), terwijl leerlingen op de middelbare school meer nadruk op dat aspect nodig zullen hebben.

- **Technische aspecten:** Welke minimale resolutie heb je nodig om je doelen te bereiken? Kun je terugvallen op eigen materiaal van deelnemers (bv. smartphones) of moet je camera's voorzien?

Het stellen van enkele technische grenzen en het geven van elementaire fotografietips is belangrijk om de creativiteit van de deelnemers te bevorderen, maar het is belangrijk om een balans te vinden: te veel nadruk door middel van een "full-scale fotografieles" kan juist de creativiteit verstikken, bijvoorbeeld door deelnemers ertoe te brengen zich te concentreren op esthetiek en technische aspecten in plaats van hun eigen boodschap!

- **Toestemming van de media:** Het is ethisch en juridisch een cruciaal onderwerp en uw "Toestemmingsformulier voor de media (AVG)" moet zo vroeg mogelijk worden ingediend, waarbij u benadrukt dat u het nodig heeft van (1) de deelnemers zelf zodat u hun foto's kunt gebruiken voor verspreiding en (2) iedereen die verschijnt (dwz herkenbaar is) op een van hun foto's.

Onze creatieve partner Robin Höft van Framework filmt materiaal voor de VOICE video-tutorial.

Activiteiten overzichten

Thema: Kennismaken met fotografie

Groepsgrootte: tot 20 deelnemers

Duur: 1u30

Omgeving: Stoelen opgesteld in U-vorm om voldoende ruimte in het midden te laten

Materiaal:

- Projector
- PPT "Step2.2a_IntroducingArts&Technics" 🌐
- Optie A: afgedrukte foto's die diverse aspecten van fotografie illustreren (voorbeeld "Step2.2b_IntroducingArts&Technics_PicsSelection" 🌐) OF eigen afgedrukte foto's van deelnemers (om voort te bouwen op de activiteit "De meest opvallende foto die ik ooit heb gezien" indien eerder gebruikt)
- Optie B: afgedrukte "Foto-uitdagingen" (sjabloon "Step2.2c_IntroducingArts&Technics_PhotoChallenges" 🌐)
- Media-toestemmingsformulieren (AVG) voor alle deelnemers (sjabloon "Step2.2d_IntroducingArts&Technics_MediaReleaseForm.docx" 🌐)

Step-by-step instructions:

In 1u30 kan je je sessie als volgt organiseren:

- 1H: Kies en doorloop een van de onderstaande "Inleiding tot fotografie" -activiteiten. Je kunt een combinatie ervan gebruiken als je meer tijd hebt, omdat ze verschillende aspecten behandelen!
- 15min: Voer een "Kwaliteitscontrole" uit met de deelnemers en bespreek de minimale technische vereisten die u nastreeft (bijv. resolutie, formaat);
- 15min: Geef uitleg over het toestemmingsformulier voor de media (AVG) en verzamel de handtekeningen van de deelnemers.



Optie A - Inleiding tot fotografie: „Wat zien we?“

Deze activiteit is perfect om na te denken over de mogelijke discrepantie tussen “Wat het publiek ziet” en “Wat de fotograaf wilde zeggen”.

- Een set foto's wordt op de grond of op een tafel gelegd en de groep verzamelt zich in een kring eromheen.
- De foto's kunnen afkomstig zijn uit de inzendingen van deelnemers (als je eerder de activiteit “De meest opvallende foto die ik ooit heb gezien” hebt gebruikt), of stockfoto's die verschillende aspecten van fotografie illustreren (een voorbeeld is beschikbaar samen met het downloadbare materiaal).
- Deelnemers nemen 2 minuten de tijd om de foto's te bekijken, observeren ze aandachtig, in stilte.
- Verdeel de deelnemers in kleine werkgroepen van elk 3-4 deelnemers.
- 20min, Foto's kiezen en bespreken : elke deelnemer zoekt zijn eigen foto (indien van toepassing) of de foto die hij/zij het leukst vindt. De deelnemers bespreken samen:

▶ **Wat zie je op deze foto?**

▶ **Waarom heb je deze foto gekozen?**

▶ **Waar zou je deze foto kunnen vinden? (bv. in een restaurant? een tijdschrift? ...)**

▶ **Wat denk je dat de fotograaf wilde laten zien of vertellen?**

▶ **Hoe kun je zien wat de fotograaf bedoelde?**

▶ **Hoe, waar en waarom worden foto's gebruikt in onze samenlevingen?**

▶ **Welke impact hebben foto's in vergelijking met andere media?**

- 20min, Sharing time : Elke werkgroep presenteert zijn antwoorden in een paar minuten, met wat tijd voor spontane reacties en reflecties van mededeelnemers.

Elke groep moet zich concentreren op de vragen “Wat denk je dat de fotograaf wilde laten zien of vertellen? Hoe weet je dat?” en “Waar en waarom gebruiken we fotografie in onze moderne samenlevingen?”

- 10min, Nabespreking : Beëindig de sessie door een paar opmerkingen door te nemen en de nadruk te leggen op de volgende kernboodschap (de downloadbare PPT biedt meer gedetailleerde opsommingen): *Photovoice is niet alleen “kunstzinnig”, maar gebruikt fotografie om boodschappen over te brengen, en dat is waarom het schrijven van een verhaal is belangrijk voor ons, om elke verkeerde interpretatie te voorkomen!*

Optie B - Inleiding tot fotografie: „Foto-uitdaging: elementen van een goede foto“

Deze activiteit helpt de aandacht van de deelnemers te vestigen op de verschillende technische en artistieke aspecten waarmee ze kunnen spelen om hun boodschap over te brengen.

- Verdeel de deelnemers in kleine werkgroepen van elk 3-4 deelnemers.
- 5min, instructies : elke werkgroep krijgt een andere opdracht of “uitdaging” uit de volgende 5:
 - ▶ **Geposeerd/ongeposeerd: maak enkele foto's van een persoon die poseert. Maak vervolgens enkele foto's van mensen die niet weten dat u ze fotografeert. Wat zijn de verschillen?**
 - ▶ **Gevoelens op foto's: deelnemers ontvangen een lijst met woorden die emoties beschrijven - blij, verdrietig, boos, opgewonden, enz. Stel een tijdslimiet in en vraag deelnemers om foto's te maken die de gevoelens (een of meer) overbrengen of symboliseren.**
 - ▶ **Hoeken: neem dezelfde foto vanuit drie verschillende hoeken.**
 - ▶ **Kleuren, patronen, texturen: maak drie foto's die focussen op (1) kleur, (2) patroon, (3) textuur.**
 - ▶ **Wat is dat? Stel een tijdslimiet in en vraag de deelnemers om een foto te maken waarin het moeilijk te zeggen is wat het onderwerp/voorwerp op de foto is. De deelnemers moeten raden wat de afbeelding is.**
- 20min, Foto-uitdaging : deelnemers krijgen wat tijd om hun uitdaging te volbrengen.
- Ze worden uitgenodigd om het meerdere keren te proberen, totdat ze het “meest indrukwekkende” resultaat bereiken, en vervolgens de resterende tijd te gebruiken om na te denken over een simpele vraag: wat verandert er in vergelijking met een “normale” foto?
- 20min, Sharing time : Elke werkgroep presenteert zijn “final artwork” en “main take-away” in een paar minuten, zodat er wat tijd is voor snelle en spontane reacties.
- 10min, Nabespreking : het is niet nodig om alle functies tot in detail te analyseren. De deelnemers worden gepresenteerd en uitgenodigd om de volgende dagen na te denken over de volgende aspecten, de rest is aan hen!

▶ **Voorgrond versus achtergrond / diepte van een foto**

▶ **Hoofdonderwerp / Focuspunt**

- ▶ **Kleuren, vormen, patronen en texturen**
- ▶ **Camerahoek / standpunt**
- ▶ **Nabijheid/afstand tot het hoofdonderwerp**
- ▶ **Liggend versus staand formaten**
- ▶ **Verlichting versus schaduw**
- ▶ **Symbolen**
- ▶ **Gevoelens in foto's**

“Kwaliteitscontrole”

Gebruik de meegeleverde PPT om eenvoudig door de speciale dia's te bladeren.

Nodig deelnemers uit om de instellingen en functies van hun camera's of smartphones te controleren terwijl u ze bedekt.

Toestemmingsformulier media (AVG)

Presenteer uw toestemmingsformulier voor media en leg uit dat u niet alleen om ethische redenen maar ook vanwege wettelijke vereisten het volgende nodig heeft:

- Ondertekende formulieren van de deelnemers zelf om de door hen gemaakte foto's te mogen gebruiken;
- Ondertekende formulieren van iedereen die later op hun foto's kan worden herkend, inclusief hen indien van toepassing, evenals elke “buitenstaander” die ze fotograferen.

Dit is een perfect moment om hun aandacht op de feiten te vestigen:

- Ze hebben de toestemming nodig van iedereen die op hun toekomstige foto's kan worden herkend, anders kunt u ze niet gebruiken;
- Ze kunnen alternatieve oplossingen vinden om met dit obstakel om te gaan, zoals:
 - ▶ **Elkaar als model gebruiken om te voorkomen dat ze toestemming moeten krijgen van “niet-deelnemers”;**
 - ▶ **Om foto's te vermijden die de herkenning van een specifiek persoon mogelijk maken, bijvoorbeeld door op handen te focussen, mensen de camera de rug toe te laten keren, grote menigten te fotograferen of in plaats daarvan symbolen te gebruiken om een boodschap uit te drukken.**

Het verstrekte sjabloon voldoet aan de Europese richtlijnen voor gegevensbescherming, dus u kunt het gebruiken zoals het is als u zich in een EU-land bevindt.

Opmerkingen:

Ten slotte kunt u het fotografeeroog van uw deelnemers ook trainen met andere korte en gemakkelijke activiteiten zoals:

- **“Tips & Tricks van de pros”:** Nodig een professionele fotograaf of “ervaren” amateur-fotograaf uit om de groep te ontmoeten en hun eigen basistips te geven over het maken van kwaliteitsfoto's met een eenvoudige camera of smartphone. Als alternatief kunt u deze PDF¹, geschreven door VOICE Creative-partners, ook gebruiken om hun eigen professionele advies te geven!

Deze tips & trucs kunnen betrekking hebben op de technische basisinstellingen waar u op moet letten (bijv. resolutie, autofocus, belichting enz.), maar ook op de “Dos & Don'ts” (bijv. niet in de zon kijken, enz.).

- **“Symbolen gebruiken - Een VIP visualiseren”:** Deel de naam van een bekende persoon uit aan elke deelnemer of in kleinere groepen. Vertel het de anderen echter niet!

Elke deelnemer of groep maakt een lijst van de kenmerken van deze VIP en kiest er vervolgens vijf uit die hem of haar het beste vertegenwoordigen.

De deelnemer of groep maakt vervolgens foto's die deze kenmerken weergeven. Bij elk kenmerk kiezen ze de beste foto.

Elke deelnemer of groep presenteert vervolgens de foto's aan de anderen die moeten proberen te raden wie de VIP is!

- **Bezoek een lokale fototentoonstelling** Waarom organiseer je geen excursie in je stad om een lokale fototentoonstelling te verkennen?

Kijk wat er gebeurt in nabijgelegen musea, kunstgalerijen, culturele ngo's of zelfs het gemeentehuis! Ter plaatse kunnen deelnemers discussiëren over:

- ▶ **Hoe gebruikt de fotograaf kleuren / vormen / belichting / lijnen?**
- ▶ **- Welke hoeken gebruikt de fotograaf? Waarom?**
- ▶ **- Wat wil de fotograaf met zijn/haar foto's laten zien?**
- ▶ **- Wat maakt deze foto's bijzonder?**
- ▶ **- Welk gevoel geven de foto's je?**

¹ <https://austausch.yes-forum.eu/f/61c9b2b17a104cf1817b/>

Step 3.1 – Onderzoeksvraag: Ontwikkeling

Doelstellingen

Formuleren van de exacte onderzoeksvraag met deelnemers om:

- Maak het zo relevant mogelijk: een participatief proces vanaf het allereerste begin zorgt ervoor dat uw onderzoeksvraag zo herkenbaar mogelijk is voor de deelnemers;
- Verminder de vooringenomenheid van de onderzoeker: deelnemers zullen niet worden beïnvloed door uw eigen bewoordingen als ze beslissen hoe ze de onderzoeksvraag formuleren.
- Bereik betere resultaten: de “inside’s knowledge” van deelnemers als mede-onderzoekers, indien betrokken bij het opstellen van de onderzoeksvraag, bevordert een beter begrip van het onderwerp;

Facilitatietips - Waar u op moet letten

- **Doel van Photovoice:** Wordt uw onderwerp opgelegd door uw doelstellingen en/of context? Hoeveel marge kunt u zich veroorloven?

Als Photovoice past in een groter onderzoeksproject of als u het bijvoorbeeld gebruikt om bij te dragen aan een openbare raadpleging, is het algemene onderwerp hoogstwaarschijnlijk al vastgesteld en niet onderhandelbaar, maar uw deelnemers kunnen op basis daarvan nog steeds hun eigen onderzoeksvraag formuleren.

U kunt ook ‘helemaal opnieuw beginnen’ en de deelnemers eerst betrekken bij het kiezen van het algemene onderwerp en het daarna omzetten in een precieze onderzoeksvraag. Dit is met name geschikt als u photovoice gebruikt om een gemeenschap sterker te maken: deze

eerste stap kan hen ertoe brengen een onderwerp te definiëren dat voor hen allemaal van betekenis is.

- **Beperkingen:** Hoeveel tijd kun je besteden aan een vroege brainstormsessie over de onderzoeksvraag?

Bij een korte, kleinschalige Photovoiceoefening heb je misschien niet genoeg tijd om je deelnemers alle vrijheid te geven in de keuze van het onderwerp. In dat geval is het aan te raden om vooraf een onderwerp te selecteren en op basis daarvan de inspanningen van je deelnemers te richten op het formuleren van de onderzoeksvraag.

Bij een langerlopend photovoice-project is het juist de moeite waard om een langere sessie aan deze brainstormfase te wijden. Deelnemers zullen zich meer betrokken voelen als ze gemakkelijk kunnen praten over het te bespreken onderwerp en de formulering van hun onderzoeksvraag.

Activiteiten overzichten

Thema: brainstormen over thema’s, onderwerpen en onderzoeksvragen

Groepsgrootte: tot 20 deelnemers

Duur: 1u30

Omgeving: Zaal ingericht in 4 werkruimtes met tafels (4 groepen van 5 deelnemers)

Materiaal: projector, PPT „Step3.1_ResearchQuestionDevelopment.pptx“ , plaknotities, flipcharts, stiften en pennen

Stapsgewijze instructies:

1. 30min, Woord Storm-oefening

Kies een vrij algemene vraag die deelnemers uitnodigt om na te denken over onderwerpen die belangrijk zijn voor hen en voor de leden van hun gemeenschap, zoals „Welke thema’s beïnvloeden en/of interesseren jongeren in uw eigen gemeenschap?“.

Als uw onderwerp al vaststaat vanwege uw doelstellingen en/of context, formuleer de vraag dan vanuit daar, terwijl u zoveel mogelijk ruimte laat voor de antwoorden van de deelnemers.

- **15min, Brede Brainstorming:** Individueel schrijven de deelnemers hun antwoorden als trefwoorden, één notitie per woord!

Ze moeten alles opschrijven dat in hun hoofd opkomt: zelfstandige naamwoorden, bijvoeglijke naamwoorden, werkwoorden, concepten, uitdrukkingen, activiteiten, plaatsen...

Deelnemers plaatsen hun sticky-notes-antwoorden op een gedeelde flip-over (2 of 3 aan elkaar geplakte flip-overs kunnen nodig zijn bij een grote groep) waar ze maar willen: hoe rommeliger, hoe beter voor nu!

- **10min, Uitzoeken:** Deelnemers worden opgesplitst in werkgroepen van elk 4-5 en krijgen een minuut de tijd om de rommelige plakbriefjes te observeren.

De een na de ander komt elke groep naar de flipover en kan plakbriefjes verplaatsen zoals ze willen. Ze hebben maximaal 2 minuten om te schakelen wat ze maar willen, maar slechts 2 minuten!

- **5min, Trends zoeken:** Gewoonlijk verschijnen er op dit punt een paar “clusters” zonder dat er preciezere instructies nodig zijn.

Als iedereen het erover eens is, worden de vier “grootste” clusters een thema van een andere werkruimte.

2. 15 min, ideeën voor onderzoeksvragen verzamelen:

Elke Thema-Werkruimte krijgt een blanco flip-over.

Het staat de deelnemers vrij om van thema/tafel naar thema/tafel te gaan om eventuele vragen die in hun hoofd opkomen op plakbriefjes te schrijven en op de speciale flipover te plaatsen.

Vragen kunnen voorlopig op elke gewenste manier worden geformuleerd, er zijn nog geen perfecte “Onderzoeksvragen” nodig!

3. 45min, De beste onderzoeksvragen uitzoeken

- **5min, Introductie van de “perfecte onderzoeksvraag”:** presenteer de basisrichtlijnen voor wat een perfecte onderzoeksvraag is en houd de speciale PPT-dia geprojecteerd voor de rest van de activiteit.

Om tot betekenisvolle antwoorden en foto's te komen, zou een goede Photovoice-onderzoeksvraag moeten zijn:

- ▶ **Persoonlijk (inclusief het woord “u”)**
 - ▶ **Open einde (kan niet worden beantwoord met “Ja” of “Nee”)**
 - ▶ **Duidelijk & specifiek (niet vatbaar voor verwarring/misinterpretatie)**
 - ▶ **Herkenbaar (gekoppeld aan het persoonlijke leven van deelnemers)**
- **20min, Terug in de werkgroepen analyseren** de deelnemers de eerder voorgestelde vragen, groeperen soortgelijke vragen, selecteren de vragen waarmee ze zich het meest kunnen identificeren en veranderen ze in perfecte Photovoice-onderzoeksvragen, met inachtneming van de verstrekte richtlijnen.

De facilitator controleert de groepen van tijd tot tijd om hen te ondersteunen.

- **20min, Groepspresentaties:** Binnen maximaal 3-4min presenteert elke groep de vragen die ze het meest interessant vonden en motiveert hun keuze.

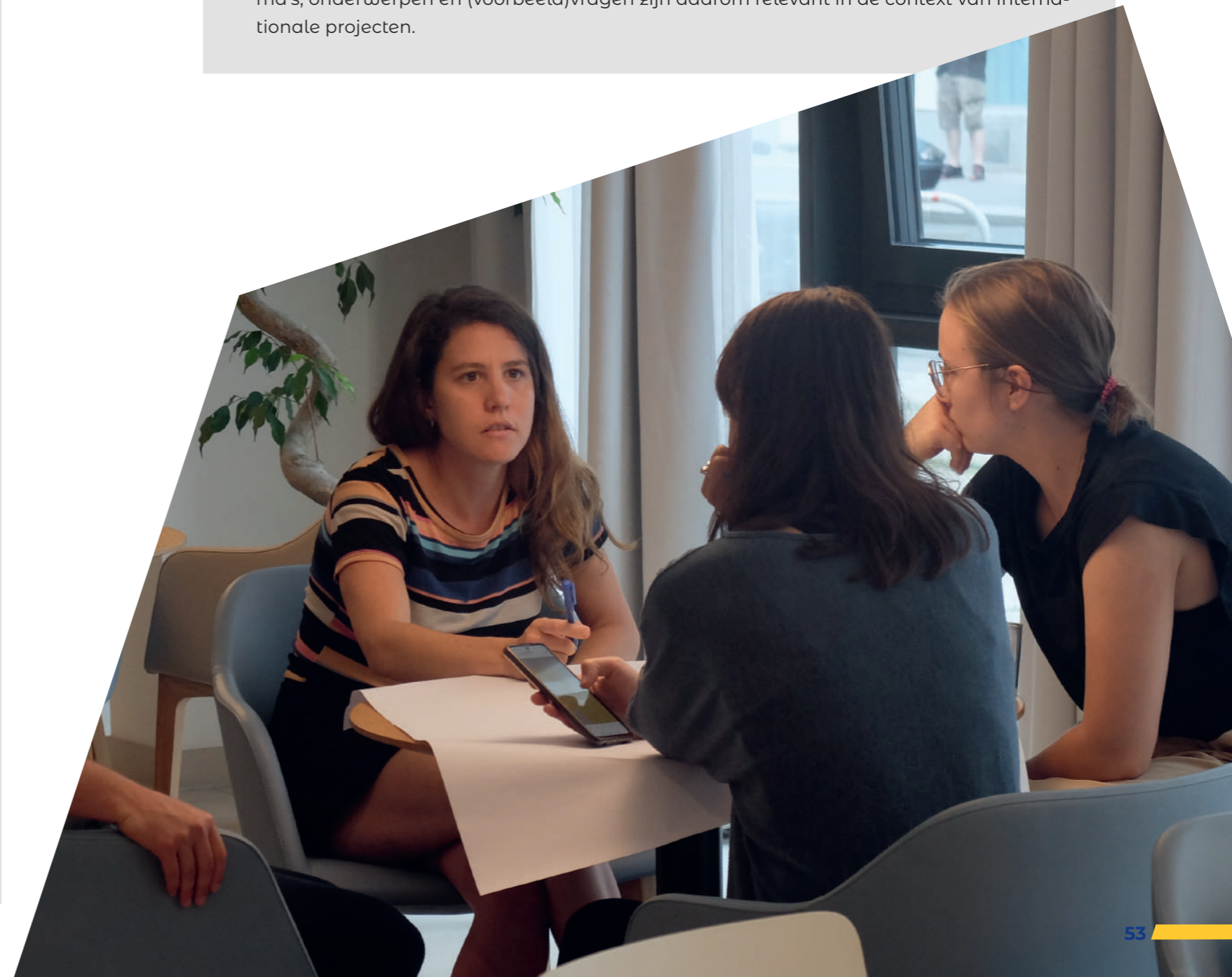
Je hebt nu een groot aantal potentiële onderzoeksvragen, gefeliciteerd! De deelnemers moe-

ten het nu eens worden over de vraag die ze via photovoice willen beantwoorden: er kan spontaan een consensus ontstaan, anders kan een eindstemming nodig zijn.

Opmerkingen:

- Als uw onderwerp al vaststaat vanwege uw doelstellingen en/of context, of als u niet zoveel tijd aan deze stap kunt besteden als nodig is, kunt u beginnen bij “2. Ideeën voor onderzoeksvragen verzamelen” en verkort de sessie tot 1 uur.
- Bijlage 2 van dit handboek geeft een voorbeeld van de resultaten van een brainstormsessie, waarbij de algemene vraag wordt beantwoord: “Welke thema's beïnvloeden en/of interesseren jongeren in uw eigen gemeenschap?”

De sessie werd geleid met een internationale groep studenten en de resulterende thema's, onderwerpen en (voorbeeld)vragen zijn daarom relevant in de context van internationale projecten.



Stap 3.2 – Onderzoeksvraag: Discussie

Doelstellingen

- Deelnemers begrijpen de gezamenlijke onderzoeksvraag.
- Deelnemers reflecteren over hun persoonlijke antwoord(en) op de onderzoeksvraag.
- Deelnemers stellen zich afbeeldingen voor die hun persoonlijke antwoord(en) uitdrukken en plannen het veldwerk.

Facilitatietips - Waar u op moet letten

- **Herformuleren van de onderzoeksvraag:** deelnemers moeten de vraag in hun eigen woorden begrijpen voordat ze proberen deze te beantwoorden, en het tot op zekere hoogte eens zijn over de gedetailleerde betekenis ervan.
- **Kritisch denken:** Deelnemers moeten de tijd krijgen om na te denken over hun persoonlijke antwoord(en) op de onderzoeksvraag.

“(…) ben het tot op zekere hoogte eens over de gedetailleerde betekenis ervan” ... en alleen “tot op zekere hoogte”! Je moet inderdaad een te grote discrepantie vermijden in hoe deelnemers de vraag begrijpen om de samenhang van toekomstige resultaten te garanderen. Aan de andere kant kan het identificeren en verkennen van verschillende opvattingen over een concept interessant zijn met behulp van photovoice!

bv. “Geslacht” als onderwerp zal zeker geen gemeenschappelijk begrip toelaten binnen sommige groepen (bv. geslacht versus geslacht, natuur versus opvoeding); in dergelijke gevallen maakt het illustreren van uiteenlopende opvattingen of percepties het gebruik van Photovoice bijzonder rijk.

We streven op dit moment naar een grote diversiteit aan individuele antwoorden, nog geen collectieve. De deelnemers kunnen hun ideeën echter samen bespreken: dit kan hun persoonlijke reflectie stimuleren, hen helpen om te vinden hoe ze dit moeten verwoorden, hun geest openen voor nieuwe ideeën, enz.

- **Hoe antwoorden door middel van afbeeldingen over te brengen:** Deelnemers moeten voldoende tijd krijgen om zich afbeeldingen voor te stellen om hun antwoord(en) uit te drukken.

Hoewel de focus op individuele antwoorden blijft liggen, is collectief brainstormen relevant en nuttig zolang het de oorspronkelijke antwoorden niet beïnvloedt.

Activiteiten overzichten

Thema: Onderzoeksvraag – Individuele reflecties

Groepsgrootte: tot 20 deelnemers

Duur: 1u30

Omgeving: Zaal ingericht in 4 werkruimtes met tafels (4 groepen van 5 deelnemers)

Materiaal: projector, PPT „Step3.2_ResearchQuestionDiscussion.pptx“ , flipcharts, A4-papier, stiften en pennen

Stapsgewijze instructies:

Voor deze stap en alle volgende photovoice-sessies worden de deelnemers opgesplitst in 4 werkgroepen van elk 5, en elke groep doorloopt samen de resterende stappen van begin tot eind.

20min, bespreken en ontwikkelen van de onderzoeksvraag

De focus is in eerste instantie om ervoor te zorgen dat alle deelnemers de onderzoeksvraag begrijpen en dat de deelnemers binnen elke werkgroep een nauwkeuriger gemeenschappelijk begrip delen. Dit “gedetailleerde gemeenschappelijke begrip” kan per werkgroep verschillen en maakt al deel uit van hun collectieve antwoord.

- **5min: De onderzoeksvraag wordt aan alle deelnemers gepresenteerd.** Ze worden ook herinnerd aan de algemene context waarin hun Photovoceresultaten zullen passen.
- **15min: Elke werkgroep krijgt dezelfde uitdaging om de onderzoeksvraag zo te herformuleren dat alle woorden worden vervangen,** maar de geherformuleerde vraag behoudt de betekenis van de oorspronkelijke vraag. Enkele leidende vragen kunnen hun aandacht vestigen op:
 - ▶ **Taal: Begrijpen jullie allemaal elk afzonderlijk woord? Kun je gemakkelijk een synoniem vinden? Zo niet, noteer dan alle woorden die onduidelijk zijn.**
 - ▶ **Betekeningen & Interpretaties: Zijn er woorden met meerdere interpretaties? Welke, welke interpretaties? Zet ze allemaal op een rijtje!**
 - ▶ **Is de vraag zo opgebouwd dat er interessante antwoorden mogelijk zijn? Is het te breed of te smal voor je?**

- **Herformuleer nu de originele onderzoeksvraag op zo'n manier dat er maar één interpretatie mogelijk is, de jouwe! (bijv. "Europa" kan worden gedefinieerd als "landen in de Europese Unie" of "het Europese continent")**

De facilitator controleert elke werkgroep regelmatig en nodigt hen uit om hun laatste 'geherformuleerde onderzoeksvraag' op een flip-over te schrijven waar de oorspronkelijke onderzoeksvraag al is geschreven.

1H, Individueel & Collectief Brainstormen

Gedurende het resterende uur concentreert elke werkgroep zich op het bedenken van individuele conceptantwoorden op de onderzoeksvraag, het bedenken van manieren om deze antwoorden visueel uit te drukken, en het dienovereenkomstig plannen van hun veldwerk (bijv. het onderzoeken van relevante plaatsen om hun geplande foto's te maken, enz.).

Benadruk het feit dat dit eerste conceptantwoorden zijn: er zullen de komende uren waarschijnlijk meer aspecten en ideeën bij hen opkomen, en dit wordt actief aangemoedigd. Dus blijf flexibel terwijl er plannen worden gemaakt!

De facilitator moet eerst uitleggen dat (1) tijdens de volgende stappen de timing meer een suggestie dan een vereiste is, en elke groep de stappen in hun eigen tempo kan doorlopen, (2) deelnemers worden aangemoedigd om het internet te gebruiken om alles te onderzoeken dat kan hen helpen (bijv. een kaart van de buurt controleren om foto's te plannen, enz.), (3) deelnemers moeten hun antwoorden en ideeën voor foto's voor de latere excursie bijhouden, (4) er zijn geen goede of foute antwoorden!

- **15min, individuele reflecties en kritisch denken:** Eerst reflecteren de deelnemers op hun persoonlijke antwoorden op de onderzoeksvraag zonder discussies binnen de groep. Ze worden gevraagd om minstens 3 verschillende antwoorden te bedenken, in de wetenschap dat ze deze aan hun groepsgenoten zullen presenteren (dwz dat ze aantekeningen moeten maken, krabbelen, indien nodig, enz.).
- **20min, Groepsuitwisselingen:** Deelnemers aan elke werkgroep delen nu hun eigen antwoorden. Elk heeft een paar minuten om uitleg te geven, en de groepsleden worden uitgenodigd om vragen te stellen die de presentator kunnen helpen om details te geven of om verder na te denken over hun antwoorden.
- **20 min, visuele brainstorming in groep:** deelnemers bedenken samen manieren om hun persoonlijke antwoorden door middel van foto's over te brengen. Elke deelnemer denkt voorlopig na over zijn persoonlijke foto's, maar alle deelnemers kunnen elkaar helpen met het bedenken van ideeën en concrete plannen.

Deze reflecties zouden moeten leiden tot een basis „Veldwerkplan“ -lijst:

- Welke foto's te nemen (scènes te regelen, instellingen/gebouw/landschappen te vinden, etc.)

- Waar en wanneer ze te nemen (in de buurt van de locatie, in de stad, tijdens de speciale sessie of later om een nachtelijke setting te gebruiken, ...)
- Op welke details moet je letten (bijv. kleuren, aantal personen, patronen, hoeken, verlichting, ...).

Deelnemers worden aangemoedigd om de aantekeningen die ze vanaf dat moment hebben gemaakt bij zich te houden om nieuwe ideeën op te schrijven, en om hun plannen bij de hand te houden tijdens veldwerk.

Opmerkingen:

In een langerlopend photovoice-project zouden deelnemers moeten worden uitgenodigd om zoveel mogelijk antwoorden op de onderzoeksvraag te bedenken als ze maar kunnen bedenken. Ze hebben tijd om na te denken over welke antwoorden voor hen belangrijker zijn en welke tot de beste foto's kunnen leiden.



Stap 4 - Veldwerk - Foto's maken

Doelstellingen

Deelnemers krijgen tijd en een aangepaste setting om foto's te maken die hun boodschap(en) overbrengen.

Facilitatietips Waar u op moet letten

- **Timing:** Hoeveel tijd kunnen deelnemers besteden aan het maken van foto's? Hoeveel foto's zouden daarom hun doel of limiet moeten zijn? Kun je meerdere rondes organiseren, of slechts één?

Als uw context het toelaat, wordt het aangemoedigd om meerdere veldwerkrondes te plannen. Op die manier kunt u uw groep na elke ronde ontmoeten voor een debriefing: deelnemers kunnen hun eerdere resultaten uitwisselen, bespreken hoe ze deze kunnen verbeteren, nieuwe ideeën uitwisselen en elkaar in het algemeen inspireren voordat ze weer op excursie gaan om meer en/of of betere foto's.

Hierdoor kunnen deelnemers ook experimenteren met de esthetische en technische aspecten van fotografie en vertrouwen krijgen in hun eigen creatieve vaardigheden, wat leidt tot betere resultaten op de lange termijn.

- **Locatie :** Waar zullen de deelnemers hun foto's maken? Op locatie, in een andere aangepaste ruimte, in hun vrije tijd, thuis?

- **Logistiek & Beveiliging:** Welke ondersteuning hebben deelnemers nodig? Hebben ze vervoer nodig? Iemand die hen vergezelt?

Beide vragen hangen nauw samen met het profiel van de deelnemers, en vooral met hun leeftijd en/of speciale behoeften.

Zo zullen minderjarigen begeleid moeten worden, terwijl volwassenen geheel vrij kunnen worden gelaten. Volwassenen met gezondheidsproblemen of handicaps kunnen afhankelijk van hun situatie ondersteuning nodig hebben.

- **Instructies:** Het is nuttig om een "Veldwerkchecklist" mee te geven met herinneringen aan de algemene instructies (bijv. aantal foto's, deadline), technische vereisten (bijv. resolutie, formaat) en elementaire fotografietips (bijv. Gebruik van symbolen, compositie, kleuren).
- **Gegevensbescherming en media-toestemming:** Deelnemers moeten eraan worden herinnerd dat ze ondertekende media-toestemmingsformulieren moeten krijgen van iedereen die op hun foto's kan worden herkend, die anders om juridische redenen niet bruikbaar zijn.

Activiteiten overzichten

Thema: Veldwerk

Groepsgrootte: tot 20 deelnemers

Duur: 2 uur

Omgeving: Buiten

Materiaal: projector, PPT „Step4_Fieldwork.pptx“ 🌐, gedrukte werkbladen “Step4_Fieldwork_Checklist.docx” 🌐, gedrukte toestemmingsformulieren voor media (Template “Step2.2d_IntroducingArts&Technics_MediaReleaseForm.docx” 🌐), Cameras of Smartphones

Stapsgewijze instructies:

Verzamel alle deelnemers voor korte herinneringen en instructies, voordat iedereen zijn eigen weg gaat tijdens het veldwerk. Zorg ervoor dat je het volgende dekt:

Instructies :

- Stel een tijdslimiet in voor het veldwerk en, indien relevant, een ontmoetingspunt om het af te ronden en de volgende stap te doorlopen;
- Stel een maximum aantal foto's per deelnemer in. Meer foto's maken dan het limiet blijft natuurlijk toegestaan, maar deelnemers moeten dan hun „definitieve selectie“ kiezen voor de volgende stap. Hoe meer foto's u toestaat, hoe meer tijd u nodig heeft tijdens de volgende stap!
- Nodig de deelnemers uit om de aantekeningen die ze tijdens hun reflecties hebben gemaakt te controleren en deze uit te breiden als er tijdens het veldwerk nieuwe ideeën ontstaan of details bij hen opkomen;
- Herinner deelnemers eraan dat ze voorlopig persoonlijke foto's maken. Ze kunnen als een groep blijven of paren vormen om elkaar te helpen en ook samen door de stad te zwerven.

Kwaliteitscontrole: herinner deelnemers aan de technische basisvereisten waarmee ze rekening moeten houden, met name de resolutie van hun foto's.

Mediatoestemming: Zorg ervoor dat alle deelnemers zich ervan bewust zijn dat ze een ondertekend mediatoestemmingsformulier moeten krijgen van iedereen wiens gezicht herkenbaar is op hun foto's.

Vraag deelnemers, indien relevant voor u, om hun foto's naar uw zakelijke e-mail te sturen: de volgende stap wordt veel gemakkelijker als u hun foto's van tevoren kunt afdrukken!

Deel een „Fieldwork Checklist“ uit om deelnemers te helpen deze informatie te onthouden.

Opmerkingen

Als je veldwerk buiten wordt georganiseerd en deelnemers niet worden begeleid, geef ze dan voor de zekerheid een stadsplattegrond!

Stap 5 - Selectieproces

Doelstellingen

Het faciliteren van een proces om individuele antwoorden om te zetten in collectief relevante antwoorden.

Specifieke stappen en doelstellingen:

- **Individuele selectie en bijschrift:** deelnemers sorteren hun eigen foto's, kiezen de meest relevante en annoteren deze om uit te leggen wat ze voor hen betekenen;
- **Individuele selecties en persoonlijke verhalen delen:** in hun werkgroepen

Facilitatietips - Waar u op moet letten

- **De rol van de facilitator:** Ook al geldt dit voor alle stappen, de rol van de facilitator is hier nog belangrijker om groepsdiscussies te stimuleren, en indien mogelijk wordt er één facilitator voor elke werkgroep geadviseerd.

Het selectieproces is een essentieel onderdeel van photovoice, en vaak de meest levendige en boeiende stap voor deelnemers.

presenteren en bespreken de deelnemers hun uiteindelijke keuzes met elkaar. Dit helpt de afbeeldingen in hun context te plaatsen, en trends of thema's tussen afbeeldingen kunnen dan duidelijk worden;

- **Een definitieve, collectieve selectie bedenken:** deelnemers krijgen te maken met een hele reeks individuele foto-antwoorden, deze clusteren ze met behulp van categorieën van hun eigen keuze, ze maken een definitieve keuze en schrijven gezamenlijk meer gedetailleerde bijschriften.

Het is een belangrijke gelegenheid voor hen om hun werk te delen en van elkaar te leren.

Afhankelijk van hun profiel kunnen deelnemers spontaan diepgaande discussies aangaan. Maar heel vaak, zelfs met deelnemers zonder "speciale behoeften", zullen deelnemers zich concentreren op het presenteren van hun persoonlijke foto's,

elk op hun beurt, zonder te onderzoeken wat ze betekenen voor de andere deelnemers, welke overeenkomsten en verschillen er tussen hen te vinden zijn, enz. De facilitator is daarom een belangrijk onderdeel van het proces, om diepere gesprekken te genereren en deelnemers ertoe te brengen zich te concentreren op de collectieve aspecten van de gepresenteerde afbeeldingen..

- **Sleutelwoorden: selecteren – contextualiseren – categoriseren**

De speciale sessie moet de deelnemers ertoe brengen deze stappen te doorlopen.

Selecteren: foto's kiezen die de behoeften, middelen of gemeenschappelijke antwoorden op de onderzoeksvraag van de groep het meest nauwkeurig weergeven (dwz meerdere deelnemers kunnen zich

in verband brengen met dezelfde foto, verschillende foto's drukken dezelfde boodschap uit). Het is belangrijk om te benadrukken dat het er bij dit proces niet om gaat om alle deelnemers blij te maken door bijvoorbeeld foto's van alle deelnemers te bewaren.

Contextualiseren: annotaties schrijven, verhalen die verhalen vertellen over wat de foto's betekenen, om verkeerde interpretaties door de toekomstige kijkers te voorkomen.

Codificeren: problemen, thema's en theorieën identificeren die uit de hele reeks afbeeldingen naar voren komen, als een manier om ervoor te zorgen dat er een collectieve boodschap naar voren komt, en niet alleen een optelsom van alle individuele antwoorden.



Activiteiten overzichten

Thema: Selectieproces

Groepsgrootte: tot 20 deelnemers

Duur: 2 uur

Omgeving: Zaal ingericht in 4 werkruimtes met tafels (4 groepen van 5 deelnemers)

Materiaal: Projector, PPT "Step5a_SelectionProcess.pptx" , afgedrukte werkbladen "Step5b_SelectionProcess_Worksheet" , afgedrukte foto's van het veldwerk, A4-papier, stiften en pennen

Stapsgewijze instructies:

Elke werkgroep komt nog een keer bij elkaar om samen de laatste stap van het photovoice-proces te doorlopen.

Deze stap leidt hen door het selectieproces, beginnend met hun vele individuele foto's om te eindigen met een handvol die de collectieve antwoorden van de groep op de onderzoeksvraag weergeven.

Deel afgedrukte „Selectieproces-werkbladen“ met alle instructies uit aan werkgroepen voordat ze beginnen: aangezien ze verschillende opeenvolgende stappen zullen doorlopen, zal dit hen helpen om vooruitgang te boeken in hun eigen tempo.

10min: individuele selectie en bijschrift

- Het proces begint met individuele reflecties, zodat de deelnemers zich kunnen voorbereiden om hun 2 gekozen foto's later aan hun werkgroep te presenteren.
- Individueel bekijken de deelnemers hun 2 geselecteerde foto's en schrijven ze trefwoorden op om hun betekenis uit te leggen. Ze kunnen antwoorden op:
 - Wat zien we op de foto?
 - Wat stelt dit voor? Wat wil je zeggen?
 - Hoe beantwoordt dit de onderzoeksvraag?
 - Wil je hier iets aan veranderen? Zo ja, wat en hoe?

30min: individuele selecties delen

Deelnemers presenteren hun favoriete foto's aan hun groep, leggen uit en discussiëren.

- Deelnemers presenteren hun 2 foto's een voor een, waarbij ze hun trefwoorden gebruiken om het verhaal, de betekenis, de context, hoe ze erover dachten en om hun relatie tot hun eigen leven, enz. te vertellen;
- Andere deelnemers worden uitgenodigd om vragen te stellen, hun reacties te delen en of ze betrekking hebben op deze foto's of niet;
- Alle deelnemers kunnen nu hun eigen trefwoorden toevoegen aan de trefwoordenlijst voor elke foto, als iedereen het daarmee eens is;
- Elke deelnemer heeft ongeveer 5-10 minuten de tijd om zijn selectie te presenteren en te bespreken.

Uiteindelijk zou elke werkgroep maximaal 10 foto's moeten hebben met conceptannotaties (dwz de trefwoorden) die op dit moment persoonlijke antwoorden en voorkeuren weergeven.

20min: Afbeeldingen categoriseren

Deelnemers maken plaats op hun tafel en beginnen de foto's te ordenen, terwijl ze de plaats

voor elk als volgt bespreken:

- Deelnemer 1 legt zijn eerste foto ergens op tafel, zodat er genoeg ruimte overblijft voor de volgende;
- Op hun beurt voegt de rest van de deelnemers hun resterende foto's een voor een toe, en de groep bespreekt kort de fotolocaties, rekening houdend met de volgende aspecten:
 - ▶ **Lijken de foto's op elkaar of heel verschillend?**
 - ▶ **Delen ze vergelijkbare zoekwoorden?**
 - ▶ **Vertellen ze vergelijkbare of unieke verhalen?**

20min: Op de proppen komen met een definitieve, collectieve selectie

Elke groep kiest een laatste keuze uit 3 foto's uit hun hele set.

De geselecteerde foto's moeten de foto's zijn die de meeste weerklank vinden in de groep als geheel: zijn ze het allemaal eens over enkele fotoboodschappen in de hele set? Zijn sommigen logisch voor de meesten van hen, ondanks hun verschillende achtergronden?

Deelnemers moeten tijd besteden aan het bespreken van deze vragen: deze stap is cruciaal, om uiteenlopende individuele standpunten om te zetten in een collectief antwoord!

Wat tips:

- Groepen kunnen focussen op "clusters": 1 afbeelding kiezen per cluster/groep/categorie: in elk van deze groeperingen, op welke afbeelding kan de hele/meeste van de groep betrekking hebben?
- Als er te veel clusters zijn, kunnen de groepen zich concentreren op de grotere.
- Als er maar een paar clusters zijn, kunnen groepen 2 foto's uit de grotere kiezen.

40min: Contextualiseren - Schrijven van de verhalen van de foto's

Op dit punt zou elke werkgroep 3 Photovoicefoto's moeten hebben, elk al vergezeld van trefwoorden.

Het doel is nu om deze trefwoorden logisch te maken door volledige zinnen te schrijven die de trefwoorden met elkaar verbinden om de betekenis van de afbeeldingen te onthullen! Deelnemers moeten op dit punt samen als een groep aankomen (in plaats van individueel)

om ervoor te zorgen dat de resulterende verhalen voor alle deelnemers logisch zijn.

Tip: Een goed uitgangspunt is om te beginnen met "Op deze foto zie je ...".

Verzamel na het voltooien van dit proces de selectie foto's en bijbehorende verhalen van elke werkgroep. Je kan nu:

- Nodig elke werkgroep uit om zijn werk rechtstreeks aan de anderen te presenteren, als de tijd het toelaat;
- Bewaar deze uitwisselingen voor een toekomstige photovoice-expositie om met de deelnemers te plannen: elke werkgroep zal specifieke boodschappen hebben om aan de externe gasten te communiceren. En deze tentoonstelling wordt een gelegenheid voor deelnemers om hun resultaten ter plekke te vergelijken!

Opmerkingen:

- **Aantal foto's:** Deze schema's beperken de foto's tot 2 per deelnemer aan het begin van het selectieproces en 3 per werkgroep aan het eind om in een beperkt tijdsbestek te passen. Als u het zich kunt veroorloven om meer tijd aan deze stap te besteden, kan het opnemen van meer foto's leiden tot rijkere discussies en resultaten!
 - **Bericht > Esthetiek:** Als de discussies zich alleen richten op de esthetische en technische aspecten van de foto's, moet de facilitator tussenbeide komen om de deelnemers eraan te herinneren dat binnen photovoice prioriteit wordt gegeven aan de boodschap die door de foto's wordt uitgedrukt, en niet aan hoe mooi ze zijn.
 - **Digitaal alternatief:** Als uw selectieproces direct na het veldwerk wordt georganiseerd, heeft u mogelijk geen tijd om alle foto's van de deelnemers af te drukken. Een alternatieve oplossing zou kunnen zijn om elke werkgroep een laptop te geven, de deelnemers te vragen hun foto's te uploaden zodat ze er allemaal comfortabel naar kunnen kijken, en een leeg PPT-bestand te openen om de foto's te "categoriseren" rond op een lege dia, en groepeer ze of houdt ze uit elkaar).
- Voordelen: de voorgestelde aanpak is zowel milieuvriendelijker dan alle foto's afdrukken, als tijdbesparend omdat deelnemers hun aantekeningen kunnen typen, zodat ze later geen tijd hoeven te verspillen aan het ontcijferen van een slecht handschrift!
- **De rol van de facilitator:** Zoals eerder vermeld, zullen werkgroepen zich heel vaak concentreren op individuele aspecten van hun foto's en hebben ze de hulp van een facilitator

nodig om over te schakelen naar een meer collectieve focus. Zorgen voor een toegewijde facilitator voor elke werkgroep is ideaal, zorg er anders voor dat u alle groepen bezoekt tijdens de vroege stadia van hun discussies om diepere uitwisselingen op gang te brengen door middel van eenvoudige vragen zoals::

- ▶ **Waarom heb je deze foto gekozen?**
 - ▶ **Wat wil je zeggen? Hoe beantwoordt het de onderzoeksvraag?**
 - ▶ **Wat vinden de andere deelnemers? Zijn ze het eens met de boodschap? Waarom of waarom niet?**
 - ▶ **Wil je hier iets aan veranderen? Zo ja, wat en hoe?**
- **Photovoice in academisch onderzoek - Specifieke opmerkingen:** analysemethoden voor sociaalwetenschappelijk onderzoek bieden een hoger niveau van begrip en, als u photovoice gebruikt in de context van academisch onderzoek, zijn er ook verschillende extra stappen nodig.

De rigoureuze analysemethodiek die vereist is in academische omgevingen impliceert de noodzaak om:

- ▶ Groepsdiscussies op te nemen en transcriberen tijdens het selectieproces voor latere analyse;
- ▶ Analyseer alleen de visuele resultaten, indien relevant afhankelijk van uw specialiteit (communicatie, psychologie, enz. .);

Het type analyse moet passen bij het beoogde doel van het onderzoeksproject:

- ▶ Kwalitatieve inhoudsanalyse zal waarschijnlijk het meest geschikt zijn in de sociale wetenschappen en vanwege de aard van de resultaten;
- ▶ Binnen de academische literatuur in het Engels wordt een relevante en goed uitgelegde methodologie beschreven door Jehangir et al. (2020), waarbij een "categorische aggregatie" wordt toegepast op hun Photovoceresultaten door deelnemers zelf te betrekken;
- ▶ Denk altijd kritisch na over de beperkingen van uw Photovoceresultaten (bijv. kleine steekproef, deelnemersverloop);
- ▶ Bespreek uw bevindingen ten opzichte van theoretische kennis en huidig onderzoek toegepast op hetzelfde onderwerp / Onderzoeksvraag met behulp van andere methoden (bijv. Kwantitatief).

Stap 6 – Disseminatie / Photovoice-tentoonstelling

Doelstellingen

Deelnemers nemen contact op met relevante belanghebbenden en informeren hen over hun bevindingen om de besluitvorming en beleidsvorming te beïnvloeden met het oog op positieve sociale verandering.

Facilitatietips - Waar u op moet letten

- **Gasten:** Wie zijn de machthebbers die we moeten uitnodigen om verandering teweeg te brengen?

Wie u precies moet uitnodigen, hangt af van het onderwerp waarop u zich heeft gericht: wie kan de uitkomst op dit gebied beïnvloeden?

De belangrijkste categorieën betreffen:

- ▶ **De bredere gemeenschap, om over zichzelf te leren en verdere collectieve actie te stimuleren;**
- ▶ **Beleidsmakers die beleid ontwerpen dat van invloed is op uw deelnemers met betrekking tot uw onderwerp: u kunt zich dan richten op specifieke rollen (bijvoorbeeld de rapporteur voor een relevant wetsontwerp) of een politieke instelling in het algemeen;**
- ▶ **De academische gemeenschap om huidig en toekomstig onderzoek te informeren;**
- ▶ **Leden van diverse media voor een bredere impact;**
- ▶ **Het grote publiek, als u mensen bewust maakt van een specifiek maatschappelijk probleem;**

- ▶ **Beoefenaars in een specifieke beroepssector.**

- **Hoe kunnen ze worden betrokken** bij uw resultaten om het noodzakelijke veranderingsproces op gang te brengen?

- **Welke informatie hebben ze hiervoor nodig?** Wat zijn de beste manieren om die informatie met bepaalde doelgroepen te delen?

- **Hoe kunnen deelnemers bijdragen** aan het bereiken van deze machthebbers?

Het organiseren van een fototentoonstelling met de resultaten van uw deelnemers is een typische manier om het relevante publiek te bereiken, hierin kan u deelnemers betrekken als “gastheren” die hun foto's aan de gasten presenteren.


Er zijn echter veel alternatieve manieren om verspreiding te bereiken! Afhankelijk van uw algemene doel, kunt u overwegen:

- ▶ **Direct persoonlijk contact: ontmoeting met een belangrijke beleidsmaker met uw deelnemers;**
- ▶ **Open communicatie, zoals bijvoorbeeld een campagne voor belangenbehartiging op sociale media**
- ▶ **Een “beleidsnota” schrijven die past bij de formele gewoonten van beleidsmakers, terwijl je het beste uit je visuele resultaten haalt om effectief hun aandacht te trekken.**



LIJST MET BESCHIKBARE KANT-EN-KLARE MATERIALEN

Hoofdstuk 4 bevat overzichten van activiteiten die vergezeld zijn van kant-en-klaar materiaal, geleverd in het Engels, elk stuk in zijn originele .pptx- of .doc-indeling om de vertaling en aanpassing aan de eigen behoeften van de lezer te vergemakkelijken.

Al het downloadbare materiaal wordt aangegeven met het symbool , en een volledig pakket is beschikbaar op de volgende URL: https://yes-forum.eu/fileadmin/user_upload/docs/Projects/2021/VOICE/VOICE.PhotovoiceTrainingResourcesPack_ED.2022-06-29.rar

Om u te helpen uw weg te vinden tussen deze diverse stukken, vindt u hier een overzicht van al het beschikbare materiaal:

Stap 2.1 – Deelnemers voorbereiden op Photovoice – Introductie van de Photovoice-methode	<p>PT Instructies: Step2.1_IntroducingPhotovoice.pptx</p>
Stap 2.2 – Deelnemers voorbereiden op Photovoice – Vertrouwd raken met fotografie	<p>PPT Instructies: Step2.2a_IntroducingArts&Technics.pptx</p> <p>Reeks auteursrechtvrije afbeeldingen: Step2.2b_IntroducingArts&Technics_PicsSelection.zip</p> <p>Werkblad Foto-uitdagingen: Step2.2c_IntroducingArts&Technics_PhotoChallenges.docx</p> <p>Sjabloon voor toestemmingsformulier voor media: Step2.2d_IntroducingArts&Technics_MediaRelease-Form.docx</p>

Stap 3.1 – Onderzoeksvraag: Ontwikkeling	<p>PPT-instructies: Step3.1_ResearchQuestionDevelopment.pptx</p>
Stap 3.2 – Onderzoeksvraag: Discussie	<p>PPT-instructies: Step3.2_ResearchQuestionDiscussion.pptx</p>
Stap 4 - Veldwerk - Foto's maken	<p>PPT-instructies: Step4_Fieldwork.pptx</p> <p>Werkblad veldwerk: Step4_Fieldwork_Checklist.docx</p>
Stap 5 - Selectieproces	<p>PPT-instructies: Step5a_SelectionProcess.pptx</p> <p>Werkblad selectieproces: Step5b_SelectionProcess_Worksheet.docx</p>



LIJST MET RELEVANTE THEMA'S, ONDERWERPEN EN VOORBEELD-ONDERZOEKSVRAGEN

De volgende lijst is het resultaat van brainstormsessies met internationale deelnemers om gebieden van gemeenschappelijk belang tussen jongeren in diverse nationale en lokale omgevingen te identificeren.

Ze worden gegeven als voorbeelden van thema's en preciezere onderwerpen die andere groepen kunnen inspireren, samen met voorbeeldonderzoeksvragen.

Nota Bene: Deze lijst dient als uitgangspunt en is niet bedoeld als een definitieve en volledig omvattende reeks onderzoeksvragen. Het werd samengesteld na een brainstormsessie van 90 minuten met verschillende groepen, en wordt hierbij aangeboden als een voorbeeld van een collectief werkproduct na een groepsbrainstormactiviteit. De lijst kan ook laten zien hoe deelnemers kunnen worden betrokken bij het formuleren van hun eigen onderzoeksvragen in het kader van een photovoice-project.

LIFESTYLE

Vermaak

Sport, Theater, Muziek, Voetbal, Kunst, Reizen, Gaming, Drugs & Alcohol, Feesten, Evenementen

Hoe sta jij tegenover verslavingen?

Wat zijn uw verwachtingen met betrekking tot uw balans tussen werk en privé?

Vrienden & Relaties

Liefde, Seks, Bij een groep horen, Identiteiten, Verbinding, Sociale Media

Hoe vaak moet jij je vrienden en familie ontmoeten?

Wat kun je leren van de levensstijl van andere mensen?

Welke invloed hebben uw kinderen op uw levensstijl?

Hoe vind je een goede balans tussen werk en privé?

Hoe ervaar je eenzaamheid bij jezelf en in je eigen omgeving?

Materiële behoeften

Mode, Geld, Technologie, Duurzame levensstijl, Veiligheid, Er cool uitzien

Wat heb je nodig om gelukkig te zijn?

Wat vind je leuk en niet leuk in je werk?

Waardoor voel jij je slecht of goed over de arbeidsmarkt?

Waardoor voel jij je autonoom?

TOEKOMST

Maatschappelijke kwesties

Vrede, klimaatverandering, gebrek aan inclusie, vrouwenemancipatie, extremisme, racisme en fascisme, werkgelegenheid, mensenrechten, burgerrechten

Wat kunt u op uw eigen niveau doen om inclusie te verbeteren?

Persoonlijke ontwikkeling

Geluk, Bewustzijn, Onafhankelijkheid, Denken en plannen voor de toekomst, Niet weten wat ik wil, Drugseffect, Een doel vinden

Hoe kan naar de universiteit gaan je financiële situatie en je bewustzijn verbeteren?

Hoe hangt uw gezondheid af van uw geluk?

Wat doe jij voor je mentale gezondheid?

Hoe kan een psycholoog helpen met uw geestelijke gezondheid?

Mogelijkheden en obstakels

Wifi-verbinding, gezondheid, financiën, politiek, stabiliteit, universiteit, cultuur, carrière, toekomstige baanvooruitzichten, werkloosheid, gebrek aan inkomen

Op welke manieren denk je dat de politiek onafhankelijkheid kan brengen?

Beïnvloedt sociale media uw psychologische stabiliteit?

WELZIJN

Sociale rechtvaardigheid

Gelijkheid, LGBTQIA+, Respect, Vermindering van stereotypen en culturele vooroordelen, Vluchtelingen, Sociale integratie, Gendergelijkheid, Vrouwenrechten, Abortusrecht, Covid-19,

Wat ben je bereid te doen om verandering in onze samenleving te brengen?

In hoeverre voelt u zich beïnvloed door de opwarming van de aarde?

Wat kan er volgens u worden gedaan om een meer inclusieve samenleving te creëren?

Hoe is uw leven veranderd door de Covid-19-pandemie?

Welke steun had je graag gehad om de Covid-19-pandemie het hoofd te bieden?

Persoonlijke ontwikkeling

Voldoen aan sociale verwachtingen, Sociale prestaties en druk, Erbij horen, Vrienden, Familie, Geestelijke gezondheid, Gezondheid, Motivatie, Eenzaamheid

Hoe wordt uw geestelijke gezondheid beïnvloed door sociale media?

Hoe pas jij in jouw samenleving?

Hoe kun je je mentale gezondheid verbeteren?

Wat beïnvloedt de beslissingen die je neemt in je leven?

Hoe belangrijk is familie voor je welzijn?

Hoe beïnvloedde Covid-19 de jeugd?

Wat betekent geestelijke gezondheid voor jou?

Hoe zorg je voor je mentale gezondheid?

Wat zijn enkele belemmeringen die u ervan weerhouden om gezondheidszorg te ontvangen?

Wat zou jou kunnen motiveren om een gezonde levensstijl te leiden?

Hoe voel je je in je eigen lichaam?

Wanneer, waar, bij wie voel je je opgenomen of uitgesloten? Veilig of onveilig?

Politiek

Besluitvorming, Burgerschap, Democratie, Globalisering, Europese Unie, Gehoord worden door mijn regering, Milieuactivisme, Oekraïense oorlog, Vertegenwoordiging, Politieke participatie van jongeren

Wat betekent vreedzaam samenleven in een diverse samenleving voor jou?

Hoe voel jij je nadat je hebt gestemd bij een verkiezing?

Wat moet de overheid doen om uw vertrouwen te winnen?

Hoe kan de EU u en uw gemeenschap ten goede komen?

Materiële behoeften

Arbeid, Inflatie, Banen, Voedsel, Voeding, Huisvestingscrisis, Stedelijk, Milieu, Digitale Wereld, Geldproblemen & Moderne Armoede

Wat voor invloed heeft inflatie op de jeugd als het doorgaat?

Hoe kan gezonder eten je leven verbeteren?

Wat heb je nodig om voor jou de juiste keuze te maken op de arbeidsmarkt?

KRITISCH ONDERWIJS

Maatschappelijke vraagstukken om te bespreken

Gelijkheid, Opwarming van de aarde, Wilde natuur, Gendergelijkheid, Werk, Daklozen, LHBT+-discriminatie, Oorlog, Ongelijkheid, Sociale klassen, Seksisme, Vrouwemancipatie, Klimaatverandering

Wat betekent discriminatie voor jou?

Hoe zou een wereld zonder discriminatie eruit zien volgens jou?

Focus op mensenrechten en gendergelijkheid

Abortus, Feminisme, Tienerzwangerschap, Genderongelijkheid, Genderdiversiteit, Inclusie van migranten, Inclusie van gehandicapten

In hoeverre vindt u dat artsen het recht hebben om het uitvoeren van abortussen te weigeren?

In welke mate vindt u dat Europese steden genderdiversiteit omvatten?

Welke percepties denk je dat autochtone mensen hebben over migranten in de EU?

Obstakels

Culturele verwachtingen, stress, angsten, verlies, pesten, misbruik, geweld, druk, samenzweringstheorieën, ideologische conflicten, bekrompen schoolstelsel, voortijdig schoolverlaten, leerachterstanden, schoolsegregatie

Welke invloed heeft pesten volgens jou op de LHBTIQ+-ervaring van middelbare scholieren?

Wat kun je als leerkracht doen tegen pesten?

Mogelijkheden

Leraren, begeleiding, seksuele voorlichting op school, toegang tot en kwaliteit van onderwijs, universiteit

Wat betekent onderwijs voor jou?

Wat heeft je beïnvloed om te gaan studeren?

Hoe is segregatie op school een probleem in uw gemeenschap?

Hoe denk je dat de praktijk van een leraar de gendergelijkheid in klaslokalen kan verbeteren?

Wat denk je dat school voor jou kan doen om je droombaan te bereiken?

In welke mate merk jij als leerling de invloed van school op je leven?

VOORBEELDEN VAN PHOTO-VOICE-RESULTATEN

Als onderdeel van het VOICE-project werden in mei en juli 2022 jonge studenten en jeugd- en maatschappelijk werkers uit Oostenrijk, Bulgarije, Duitsland, Italië en Nederland opgeleid om zelf Photovoice-facilitators te worden.

Ze bestudeerden de theoretische aspecten die ten grondslag liggen aan de Photovoice-methode en, als onderdeel van een “hands-on” leerervaring, doorliepen ze ook hun eigen Photovoice-proces als deelnemers.

U kunt onze volledige online tentoonstelling bekijken op voice.yes-forum.eu ! Hoewel het de eigen bijdrage van de VOICE-deelnemers aan het Europees Jaar van de Jeugd is, laten deze resultaten ook zien hoe effectief Photovoice is in het faciliteren van zelf- en collectieve expressie, en tot welke authentieke en impactvolle resultaten het kan leiden!

Hieronder enkele uittreksels van deze resultaten:

“Hoe stel je je Europese utopie over 20 jaar voor?”

22-25 mei 2022, Viareggio, Italy



“Hoe zou je het leven van een jongere in Europa beschrijven aan een buitenlands wezen?”

4-6 juli 2022, Vienna, Austria



REFERENTIES

Academische papieren

- Baum F., MacDougall, C. & Smith, D. (2006). Participatory action research. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 60: 854–857. doi:10.1136/jech.2004.028662
- Burris M. & Wang C. (1997). Photovoice: Concept, Methodology, and Use for Participatory Needs Assessment. *Health Education & Behavior*.
- Bromfield N. & Capous-Desyllas M. (2017). Photovoice as a Pedagogical Tool: Exploring Personal and Professional Values with Female Muslim Social Work Students in an Intercultural Classroom Setting. *Journal of Teaching in Social Work*.
- Capous-Desyllas M. & Bromfield N. (2018). Using an Arts-Informed Eclectic Approach to Photovoice Data Analysis. *International Journal of Qualitative Methods*.
- Catalani C. & Minkler M. (2010). Photovoice: A review of the literature in health and public health. *Health education & Behavior*.
- Chio, V. & Fandt, P. (2007). Photovoice in the diversity classroom: Engagement, voice, and the “eye/I” of the camera.”. *Journal of Management Education*, 31(4), 484–504. doi:10.1177/1052562906288124
- Desyllas M. C. (2014). Using photovoice with sex workers: The power of art, agency and resistance. *Qualitative Social Work*.
- Dyches, T., Cichella, E., Olsen, S., & Mandelco, B. (2004). Snapshots of life: Perspectives of school-aged individuals with developmental disabilities. *Research & Practice for Persons with Severe Disabilities*, 29(3), 172–182. doi:10.2511/rpsd.29.3.172
- Eichhorn C. & Nagel E. (2009). Fotodokumentation: Partizipatives Analyse- und Evaluationsinstrument für Gesundheitsförderung im Setting. *Prävention und Gesundheitsförderung*.
- Fine, G.A. & Sandstrom, K. (1998). *Knowing Children: Participant Observation with Minors*. London: SAGE.
- Finley, S. (2011). “Critical Arts-Based Inquiry: The Pedagogy and Performance of a Radical Ethical Aesthetic”. In Norman K Denzin & Yvonna S Lincoln (Eds). *The Sage Handbook of Qualitative Research 4th Edition* (pp. 435–450). Sage Publications.
- Fleming J, Goodman C & Skinner A (2009) Experiences of peer evaluation of the Leicestershire Teenage Pregnancy Prevention Strategy. *Children and Society* 23(4): 279–290.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York: Seabury.
- Freire, P. (1973). *Education for critical consciousness*. New York: Continuum.
- Glover-Graf, N. M. (2000). Student-produced photography: A constructivist approach to teaching psychosocial aspects of disability. *Rehabilitation Education*, 14(3), 285–296.
- Goo-Kuratani D. L. & Lai E. (2011). Photovoice literature review.
- Hubbard, J. (1994). *Shooting back: A photographic view of life by Native Americans*. New York, NY: The New York Press.
- Jehangir R. & Telles A. & Deenanath V. (2019). Using Photovoice to Bring Career into a New Focus for First-Generation College Students. *Journal of Career Development*
- Killion, C., & Wang, C. (2000). Linking African American mothers across life stages and station through photovoice. *Journal of Health Care for the Poor and Underserved*, 11(3), 310–325. doi:10.1353/hpu.2010.0816
- Knowles, J. G., & Cole, A. L. (2008). Arts-informed research. In Knowles, J. G., & Cole, A. L. *Handbook of the arts in qualitative research: Perspectives, methodologies, examples, and issues* (pp. 55–71). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd. doi:10.4135/9781452226545.
- Liebenberg L. (2018). Thinking Critically About Photovoice: Achieving Empowerment and Social Change. *International Journal of Qualitative Methods*.
- Lorenz L. S. (2010). A photovoice path. *Journal of Visualized Experiments*.
- Lushey C. & Munro E. (2014). Participatory peer research methodology: An effective method for obtaining young people’s perspectives on transitions from care to adulthood? *Qualitative Social Work*
- Mayfield-Johnson S. & Rachal J. R. & Butler J. (2014). When we learn better, we do better: Describing changes in empowerment through photovoice among community health advisors in a breast and cervical cancer health promotion program in Mississippi and Alabama. *Adult Education Quarterly*.
- Mitchell, C., & Allnutt, S. (2008). Visual art: Photographs and/as social documentary. In G. Knowles & A. Cole (Eds.), *Handbook of the arts in qualitative research* (pp. 251–263). Los Angeles, CA: Sage.
- Morrell, J. (2007). *Voices from the street: Truths about homelessness from Sisters of the Road*. Portland, OR: Gray Sunshine.
- Murray C (2006) Peer led focus groups and young people. *Children and Society* 20(4): 273–286.
- Rhodes, S., Hergenrather, K., Wilkin, A., & Jolly, A. (2007). Visions and voices: Indigent persons living with HIV in the southern United States use photovoice to create knowledge, develop partnerships, and take action. *Health Promotions Practice*, 1–11.
- Seitz C. & Strack R. & Rice R. & Moore E. & Duvall T. & Wyrick D. (2012). Using the photovoice method to advocate for change to a campus smoking policy. *Journal of American College Health*.
- Schwartz, R. M. (1994). *The Skilled Facilitator: Practical Wisdom for Developing Effective Groups*. San Francisco, Jossey-Bass.
- Strack R. W. & Magill C. & McDonagh K. (2004). Engaging youth through photovoice. *Health Promotion Practice*.
- Streng, J., Rhodes, S., Ayala, G., Eng, E., Arceo, R., & Phipps, S. (2004). Realidad Latina: Latino adolescents, their school, and a university use photovoice to examine and address the influence of immigration. *Journal of Interprofessional Care*, 18(4), 403–415. doi:10.1080/13561820400011701
- Valiquette-Tessier S. C. & Vandette M. P. & Gosselin J. (2015). In her own eyes: Photovoi-

ce as an innovative methodology to reach disadvantaged single mothers. Canadian Journal of Community Mental Health.

Wang, C., & Pies, C. (2004). Family, maternal, and child health through photovoice. Maternal and Child Health Journal, 8(2), 95-102. doi:10.1023/B:MACI.0000025732.32293.4f

White R. & Sasser D. & Bogren R. & Morgan J. (2009). Photos can inspire a thousand words: Photolanguage as a qualitative evaluation method. Journal of Extension

Andere bronnen over Photovoice

PhotoVoice, 2019, The Photovoice Manual, <https://photovoice.org>

Rutgers International, 2016, PhotoVoice Facilitator's Guide, <https://rutgers.international>

YES Forum, How to Photovoice: Explaining the Photovoice Method as used in the Europe3E project, <https://www.yes-forum.eu/our-work/projects>

YES Forum, "VOICE - Participation & Empowerment in Youth Work" Project Website, <https://voice.yes-forum.eu>

Juridisch kader en beleid van de EU

European Commission, 29/04/2021, Erasmus+

and European Solidarity Corps Inclusion and Diversity Strategy, <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/document/implementation-guidelines-erasmus-and-european-solidarity-corps-inclusion-and-diversity-strategy>

European Commission, 7/12/2016, Communication "Investing In Europe's Youth", <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2016:940:FIN>

Council of the European Union, 18/12/2018, Resolution "The European Union Youth Strategy 2019-2027", <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A42018Y1218%2801%29>

PROJECTEN & PARTNERS



YES Forum, EU

yes-forum.eu

Contact: Annett Wiedermann, annett.wiedermann@yes-forum.eu



ÖJAB, Oostenrijk

oejab.at

Contact: Sebastian Frank, sebastian.frank@bpi.ac.at



Framework Filmagentur, Duitsland

framework-film.de

Contact: Robin Höft, robin@framework-film.de



SolidarityWorks, Bulgarije

solidarityworks.eu

Contact: Maggie Nazer, maggie@solidarityworks.eu



Semperia Films, Bulgarije

semperiafilms.com

Contact: Katerina Borisova, katerina@semperiafilms.com



Jongerenwerk Barkema & De Haan, Nederland

jongerenwerk.com

Contact: Gwen Birza, gwen@jongerenwerk.com



Frissekom, Nederland

frissekomp.nl

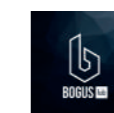
Contact: Jeroen Van der Meulen, jeroen@frissekomp.nl



Zefiro Società Cooperativa Sociale, Italië

cooperativazefiro.it

Contact: Mirco Trielli, mirco.trielli@gmail.com



BOGUS Lab, Italië

boguslab.com

Michele Bellana, michele.bellana@boguslab.com



Disclaimer

VOICE - Participation & Empowerment in Youth Work (Grant Agreement No. 2020-1-DE04-KA227-YOU-020846) is een strategisch partnerschap voor creativiteit, gefinancierd door het Erasmus+-programma en gecoördineerd door het YES Forum. Voor meer informatie of om onze andere intellectuele resultaten te bekijken, kunt u de website van het project bezoeken (voice.yes-forum.eu) of rechtstreeks contact met ons opnemen.

De inhoud van dit document valt uitsluitend onder de verantwoordelijkheid van de projectpartners en kan op geen enkele manier worden opgevat als een weerspiegeling van de standpunten van de Europese Unie. De gebruikte afbeeldingen zijn gemaakt door en zijn dus eigendom van het YES Forum respectievelijk haar projectpartners. Gebruik door een andere partij is verboden. Tekst geschreven door de projectpartners.



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International.



Co-funded by the
European Union

