

The background of the entire page is a photograph showing several hands of different skin tones reaching towards each other, with fingers pointing towards the center. The image is slightly blurred, creating a sense of depth and connection. The hands are positioned in a way that suggests they are about to clasp or are in the process of connecting.

Bachelorscriptie VIAA Gereformeerde Hogeschool

In verbinding met elkaar!

**Onderzoek hoe binding ontstaat tussen
geloofsgemeenschappen en jongeren**

Eerste beoordelaar: B. Kamphuis

Tweede beoordelaar: Debora Krikken

Naam student: Kasper Koekenbier

Studentnummer: 1410206

Email: k.koekenbier@viaa.nl

Versie: 4b

Voorwoord

In mijn studietijd heb ik heel veel hoogte- en dieptepunten meegemaakt. In de vijf jaar dat ik studeer, ben ik getrouwd en twee keer vader geworden maar ook heb ik twee keer een miskraam meegemaakt en -wat misschien wel het zwaarste was- de ziekte van mijn vrouw. Mijn vrouw is vanaf de eerste jaren van mijn studie mijn steun en toeverlaat geweest. Ik kon altijd op haar bouwen. Van het een op het andere moment veranderde de situatie drastisch. Dit had ook zijn uitwerking op de progressie van het onderzoek. De verwachting was dat ik deze scriptie in eerste instantie in de zomer van 2018 zou afronden. Maar uiteindelijk heeft het toch langer geduurd. Het onderzoek heeft mij twee jaar gekost om af te ronden. Er is heel wat plezier, vreugde, verdriet en strijd bij komen kijken en ook zijn er de nodige tranen gevloeid tijdens het schrijven.

Ik wil als eerste graag mijn dank uitbrengen aan mijn vrouw Simone van der Tuin, die mij altijd thuis steunde in goede en slechte tijden, die mij altijd nog hielp met praktische dingen zoals taal en spelling. Daarnaast wil ik Bart Kamphuis danken, mijn eerste beoordelaar, die de begeleiding van Hayo Wijma heeft overgenomen omdat hij een andere functie kreeg. Bart was altijd eerlijk in zijn beoordelingen, scherp en heel openhartig. Uiteraard wil ik ook al de gemeenschappen en werkers danken die ik voor dit onderzoek heb mogen spreken. De verhalen en ervaringen die zij met mij hebben gedeeld waren inspirerend en ik hoop dat dit nu weer anderen aan het denken zal zetten. Daarnaast dank ik mijn vrienden en familie die met interesse en begrip mijn progressie volgden en steunden.

Samenvatting

Gevestigde kerken worden steeds leger en daarom ontstaan er overal in Nederland kleine geloofsgemeenschappen. Taizé in Amsterdam was een nieuw initiatief begonnen, genaamd “La Source”. Alleen was er te weinig animo voor. Taizé vroeg zich af wat zij kan doen om jongeren te bereiken en te verbinden aan hun activiteiten. Uit deze vraag is dit onderzoek ontstaan met de hoofdvraag:

Taizé in Amsterdam wil door Taizé in Amsterdam verbinding maken met jongeren en jongvolwassenen in Amsterdam Westerpark. Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere (christelijke)geloofsgemeenschappen in Amsterdam, hoe zij jongeren identificeren, contacteren en verbinding met ze krijgen?

Het eerste deel van dit document bestaat uit een literatuuronderzoek en het tweede deel uit kwaliteitsonderzoek. De literatuurstudie is bedoeld als het fundament van dit onderzoek. Hieruit volgen de hoofd- en deelvragen en het interviewschema dat gebruikt zal worden voor het tweede deel van het onderzoek. Er is bij zeven werkers een interview afgenomen. Vervolgens zijn deze opgenomen interviews getranscribeerd, gecodeerd en geanalyseerd.

Dit onderzoek lijkt aan te tonen dat het essentieel is om je heel goed te verdiepen in wie je als gemeenschap wilt bereiken. Je moet heel goed je doelgroep kennen. Dit hoort allemaal bij het identificeren. Daarnaast moet je heel goed weten wie je zelf bent, wat je eigen geschiedenis is en wat jouw normen en waarden zijn. Wanneer je deze twee dingen in kaart hebt gebracht dan vormt dit de basis voor het vervolg.

De volgende stap is het in contact treden met de ander. Je hebt al een goed beeld wie dat is doordat dit in stap één is uitgezocht. Aan de hand van de context en de doelgroep die benaderd wordt, kan er gekeken worden naar hoe men het beste met de doelgroep in contact kan komen. Dit kan door middel van bijvoorbeeld social media, maar ook gewoon op straat met pamfletten. Ook hierin speelt de eigen identiteit een belangrijke rol. Afhankelijk waar je als gemeenschap voor staat, doe je iets.

De laatste stap is “het verbinden”. Het lijkt erop dat jongeren en jongvolwassenen vaker komen wanneer je hen iets te bieden hebt. Op enige wijze moet het aantrekkelijk zijn om vaker te komen. In dit onderzoek worden een vijftal punten genoemd die vaak belangrijk zijn: aandacht (gezien worden), spiritualiteit (verdieping of zelfontplooiing), samenzijn, familie en anderen helpen.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting.....	3
Inhoudsopgave	4
1. Aanleiding; Community zijn in Amsterdam-west	6
1.1. Veelvoorkomende begrippen	6
1.2. Aanleiding voor dit onderzoek	8
1.3. Over La Source.....	9
1.4. Knelpunt.....	11
1.5. Voorlopige vraagstelling.....	11
1.6. Theoretisch kader	12
1.6.1. Belevingswereld van jongvolwassenen.....	12
1.6.2. Demografie Amsterdam	16
1.6.3. Missionaire kerk.....	23
1.7. Centrale onderzoeksvraag	36
1.8. Doelstelling	37
1.9. Kerkelijke waarde.....	37
2. Onderzoekstechnisch ontwerp	38
2.1. Onderzoekmodel.....	38
2.2. Onderzoekontwerp.....	38
2.2.1. Literatuurstudie	38
2.2.2. Keuze voor mondelinge interview	38
2.2.3. Steekproef en populatie.....	39
2.2.4. Aantal respondenten en interviews.....	40
2.2.5. Benaderingswijze.....	40
2.2.6. Introductiebrief.....	40
2.3. Interviews.....	41
2.3.1. Inhoud van interviews.....	41
2.3.2. Evaluatie van interviews.....	41
2.3.3. Aspecten van deelvragen.....	42
2.4. Interviewschema.....	44
2.4.1. Constructie interviewschema	44
2.4.2. Instructies bij stellen van vragen.....	46
2.4.3. Volgorde van vragen en interviewschema	48
2.5. Evaluatie onderzoeksmethodieken	49
2.5.1. Betrouwbaarheid	49
2.5.2. Validiteit.....	50
2.5.3. Methodiek.....	50
3. Onderzoeksresultaten	51
3.1. Response van respondenten	51
3.2. Resultaten.....	51

3.2.1. <i>Identificeren</i>	52
3.2.2. <i>Contacteren</i>	54
3.2.3. <i>Verbinden</i>	57
3.2.4. <i>Identiteit</i>	59
3.2.5. <i>Samenvatting resultaten</i>	61
4. Conclusie	62
4.1. Beantwoording deelvragen	62
4.1.1. <i>Identificeren</i>	62
4.1.2. <i>Contacteren</i>	63
4.1.3. <i>Verbinden</i>	63
4.1.4. <i>Identiteit</i>	65
4.2. Beantwoording hoofdvraag	65
5. Discussie	68
5.1. Theoretische waarde	68
5.2. Methodische evaluatie	68
5.2.1. <i>Steekproef</i>	68
5.2.2. <i>Identiteit</i>	69
5.2.3. <i>Observaties</i>	69
5.3. Aanbevelingen	69
5.3.1. <i>Begeleidingstrajecten</i>	69
5.3.2. <i>Intervisiegroepen</i>	70
Literatuur	71
Bijlage 1: Interviewschema	73

1. Aanleiding; Community zijn in Amsterdam-west

1.1. Veelvoorkomende begrippen

Binnen dit onderzoek zal een aantal begrippen veelvuldig naar voren komen. Hieronder zal een aantal van deze begrippen uitgewerkt worden, zodat u als lezer weet waarover gesproken wordt wanneer deze begrippen terugkomen in dit onderzoeksrapport.

Ambtsdrager

Onder de term ambtsdrager worden voorgangers, oudsten/ouderlingen en diakenen verstaan.

Context

Een term die gebruikt wordt om de omgeving in zijn volledigheid aan te duiden. Denk hierbij aan populatie, recreatie, gezindte, economische status, cultuur en afkomst.

Diaconaat

Diaconaat is meer dan het geven van brood of een dienst aan de medemens in materiële nood. Het gaat om *geleefd geloof* vanuit barmhartigheid en gerechtigheid. Diaconaat let op het van God gegeven leven én op de kwaliteit van het samen leven. Diaconaat gebeurt op drie manieren: door voor mensen te zorgen die zichzelf niet kunnen verzorgen, door deze mensen in solidariteit nabij te zijn en door hun bondgenoot te zijn in hun strijd of verzet tegen kwaad en onrecht (Miedema, 2008, pp. 10-20).

(Geloof)gemeenschap

Ook wel communie. De nadruk ligt op de tafelgemeenschap van de deelnemers met Christus en met elkaar. De term is het Latijnse equivalent van het Griekse *koinonia*, het nieuwtestamentische woord voor de gemeenschap van mensen met God of met elkaar (Grenz 1999: 30).

Kerkelijke gemeente

Onder kerkelijke gemeente verstaan we de plaatselijke kerk of gemeente. Dit is een groep christenen die op een specifieke plaats bijeenkomt als concrete uitdrukking van het lichaam van Christus (Tensen, 2007, p. 256). Bij kerkelijke gemeente denken we niet specifiek aan een kerkverband of denominatie.

Kerkelijk werker

Een kerkelijk werker werkt in een gemeente: in pastoraat, diaconaat of missionair werk, in jeugdwerk of catechese. Ook kan een kerkelijk werker actief zijn als geestelijk verzorger in een instelling. Een kerkelijk werker is een beroepskracht, met arbeidsvoorwaarden- en pensioenregeling, met een arbeidscontract, nascholingsverplichtingen en functioneringsgesprekken (Protestantse Kerk in Nederland, 2017). In dit onderzoek vallen

ook niet-betaalde krachten die één of meer van de bovengenoemde taken vervullen, onder het begrip kerkelijk werkers.

Pastoraat

Pastoraat is afgeleid van het woord 'pastor', wat herder betekent. Er zijn verschillende stromingen binnen het pastoraat. Deze hebben te maken met verschillende visies op Gods- en mensbeeld, heil en verzoening, het werk van de Heilige Geest, de kerk, het sacrament en de wereld.

Pastoraat is het onder de hoede van de Goede Herder, in gehoorzaamheid aan zijn Woord en in de kracht van de Heilige Geest binnen en vanuit de charismatisch gemeente van Jezus Christus via ontmoeting, gesprek en ritueel omzien naar mensen op hun levens- en geloofsweg binnen de context van de samenleving (Meulen, 2010, p. 20).

Ganzevoort en Visser geven aan dat het pastoraat niet in één definitie te vatten is, maar stellen dat pastoraat vraagt om een zo breed mogelijke definitie: *"Het verhaal van mensen in relatie tot het verhaal van God* (Ganzevoort & Visser, Zorg voor het verhaal. Achtergrond, methode en inhoud van pastorale begeleiding., 2009, p. 26)".

Pionieren

Een pionier is iemand die als een van de eersten een bepaald gebied betreedt, zodat hij daar zijn weg moet vinden zonder gebruik te kunnen maken van de ervaring van anderen. Kenmerkend voor het werk van een pionier (het zogenaamde *pionieren*) zijn de ontberingen die men ondergaat en de grote inspanning die men zich moet getroosten omdat allerlei voorzieningen nog ontbreken. Het werk van een pionier gaat vaak gepaard met vele mislukkingen en tegenslagen, omdat de pionier nog niet kan beschikken over methodes die zich in de praktijk bewezen hebben. Het werk van een pionier is wel erg belangrijk, omdat anderen erop kunnen voortbouwen. Sommige personen zijn van nature een pionier. Zochten pioniers in oudere tijden een nieuwe en onbekende omgeving op, later waren zij bijvoorbeeld degenen die een nieuw bedrijf opstarten. Een echte pionier functioneert minder goed in een compleet gevestigde omgeving.

1.2. Aanleiding voor dit onderzoek

De aanleiding voor dit onderzoek komt voort uit een stage die ik in 2016/17 heb gedaan bij Taizé in Amsterdam. Taizé in Amsterdam is een initiatief dat Linda Ottevanger is begonnen naar aanleiding van Taizé in Frankrijk. Dit initiatief viel oorspronkelijk onder de protestantse gemeente “de Nasaukerk”. Uiteindelijk is dit zo uitgegroeid dat het door de PKN als een onafhankelijke en zelfstandige gemeenschap is erkend. In het jaar dat ik stageliep, kwam mijn toenmalige begeleidster Linda Ottevanger met de suggestie voor een onderzoek. Taizé in Amsterdam stelt één keer in de maand de deur van de kerk open voor bezoekers en voor omwonenden. Deze activiteit wordt “La Source” genoemd. De organisatie zou graag een onderzoek zien naar hoe La Source beter aan zou kunnen sluiten bij de doelgroep. Na deze suggestie is een aantal gesprekken gevoerd en kwamen wij tot de twee volgende vragen die onderzocht zouden kunnen worden:

1. Is er gemeenschapsvorming mogelijk bij (openstelling van) La Source? Zo ja, op welke manier kan dit vorm krijgen en zo nee, welke afwegingen maken we hieromtrent?
2. Een tweede punt van aandacht voor La Source is de aansluiting bij de context, de buurt en wijk van La Source. Er wordt weinig aandacht besteed aan aansluiting bij de cultuur of doelgroep van de jonge mensen in Westerpark, die we met La Source op het oog hebben. Wat is er nodig om verbinding te leggen en écht contact tot stand te brengen?

Met deze twee vragen op zak heb ik mij gewend tot een aantal mensen. Op 20 mei 2017 heb ik gesproken met Sake Stoppels, docent aan de Vrije universiteit en begeleider van onderzoeken die plaatsvinden binnen pioniersplekken. Ook heb ik 25 juli (2017) gesproken met Willemien van Berkum, pastor bij Heilig Vuur West. Heilig Vuur West is net als Taizé in Amsterdam ook een pioniersplek van de Protestantse Kerk in Nederland en is als pioniersplek eveneens druk bezig om aansluiting te vinden bij de doelgroep. Uiteindelijk heeft dit alles ertoe geleid dat dit onderzoek aan Hogeschool VIAA is voorgelegd.

Taizé in Amsterdam is een pioniersplek van de PKN. Als kerkelijk werker vind ik het pionieren een prachtig concept, waarbij er (kleine)gemeenschappen ontstaan, die op een nieuwe frisse manier het christelijk geloof willen vormgeven. Dit gebeurt met een eigentijdse, vaak losse aanpak. Soms zijn er elementen vanuit de traditie aanwezig, zoals de kloostertraditie of traditionele liturgie. Maar veelal laat de praktijk zien dat de vormgeving afhankelijk is van de vraag van de omgeving. Dit spreekt mij aan, omdat in mijn ogen dit toch enigszins hoop geeft voor de toekomst. Waar kerken veelal aan het krimpen zijn, ontstaan er op deze manier kleine lichtpuntjes.

1.3. Over La Source

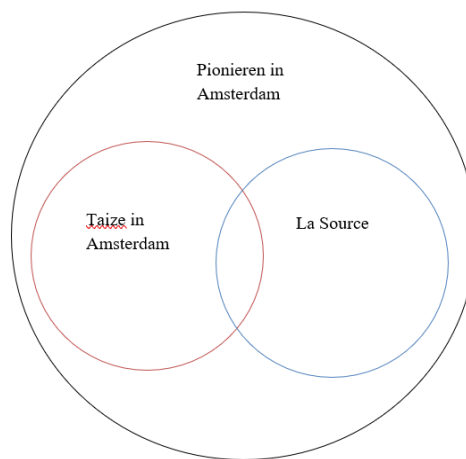
De aanleiding voor de activiteit "La Source" was de boekencollectie die door Thom van Breukel is geschonken. Van Breukel had een collectie met verschillende soorten boeken, met name over religie, spiritualiteit en geschiedenis. Voor deze collectie was hij op zoek naar een goede maatschappelijke activiteit waaraan hij dit kon schenken, zodat deze collectie niet verloren zou gaan. Oorspronkelijk was het idee om één keer in de maand bij La Source een open kerk te houden, een community te vormen waar je even in de stilte in de kerk kan zijn, samen uit de geschonken boeken te studeren en na afloop samen in een café iets drinken. Kortom, de leiding heeft als uiteindelijke doel dat er een soort gemeenschap ontstaat die samen met elkaar optrekt, het evangelie deelt en in deze boeken verdieping vindt.

Wanneer we stilstaan bij gemeenschapsvorming rondom een activiteit zoals La Source dan komt daar veel bij kijken. De hoofdactiviteit van Taizé in Amsterdam, de vieringen, worden bezocht door jongeren die eigenlijk uit heel Nederland komen, terwijl het doel van La Source is om jongvolwassenen te bereiken en te verbinden in de omgeving van Amsterdam Westerpark. Wanneer het gaat om de activiteiten van Taizé dan zien we dat er vooral een netwerk wordt gevormd door mensen die in veel gevallen randkerkelijk of buitenkerkelijk zijn. Maar de vraag is dan vooral hoe er activiteiten en aanbod gevormd kunnen worden die zo toegespitst zijn dat deze ook aantrekkelijk zijn voor "jonge" mensen uit Amsterdam West.

La Source wil een plek zijn voor jongvolwassenen tussen de 18 en ongeveer 30 jaar die op zoek zijn naar zingeving en rust. De instelling wil haar doelgroep zelf niet zo inkaderen, maar omwille van het onderzoek zal deze keuze hier gemaakt worden. Uit het voorgaande zouden we de doelgroep meer kunnen specificeren. Deze doelgroep is waarschijnlijk tussen de 18 en 30 jaar, studierend en hoogopgeleid (HBO/WO). Het zal daarom veelal gaan om studenten, die op zijn minst geïnteresseerd zijn in spiritualiteit. De leiding vindt de boekencollectie van belang en ook dit kadert het in. De boekencollectie bestaat veelal uit zware literatuur en wanneer La Source besluit om hier iets mee te doen, dan zal dit vooral de hoger opgeleiden aanspreken. De leiding van La Source vindt het belangrijk dat de drempel om naar La Source te komen laag is, zodat het toegankelijk is voor een breed publiek. Er wordt dan ook een plek in de kerkzaal van de Nassaukerk geboden, met daarin een huiskamerbibliotheek.

De naam 'La Source', komt van de bron "St. Etienne" (stiltetuin), in Taizé, Frankrijk. De boekenkast, een kop koffie of thee en een groep jongeren zouden een bron van inspiratie en spiritualiteit zijn voor (andere) jongeren in Amsterdam-West. Het moet vooral een uitstraling hebben van een huiskamer, maar dan in een kerk, met het doel om even op adem te komen, stilte te zoeken, een boek of krant te lezen. Maar ook om bepaalde religieuze praktijken te doen zoals een kaarsje branden, bidden, rituelen en ontmoeting of een pastoraal gesprek. Het moet een plek zijn waar iemand even alles van buiten achter

zich kan laten, om vervolgens naar binnen te keren. Een dergelijke plek vindt zijn fundamenteën vooral in teksten waarin Jezus zich terugtrekt naar een afgelegen plaats om alleen te zijn. Het moet een plek zijn waar iemand even volledig tot zichzelf kan komen om contact te maken met wat groter is dan zichzelf, met God. La Source heeft voor ogen om semi-zelfstandig te worden. Zij wil dit doen door eigen activiteiten en vieringen aan te bieden. De bedoeling is dat La source als een zelfstandige onderneming verder zal bestaan net zoals Taizé in Amsterdam. De leiding van La Source wil graag dat La Source een zelfstandige gemeenschap wordt, die zowel in activiteit als in financiën volledig onafhankelijk kan bestaan. Het is niet de bedoeling volledig los van Taizé te staan. Er moet uiteindelijk wel een overlap zijn met elkaar. Deze zelfstandigheid zal uiteindelijk ook gevolgen hebben voor het project. Het doel zal uiteindelijk zijn dat dit een eigen team krijgt, met een eigen pionier coördinator.



Figuur 1. Pionieren in Amsterdam. © Kasper Koekenbier. 2018

Het aanbod van La Source kwam voort uit de boekencollectie die aan hen is geschonken waarmee een 'programma loos' aanbod werd gegeven. Het aanbod kwam niet vanuit de context, maar de schenking was meteen de activiteit. Er is geen rekening gehouden met welke wensen en behoeften er in de wijk zijn. Dit onderzoek zal een instellingsgebonden onderzoek worden omdat het gehouden wordt voor Taizé in Amsterdam en tevens specifiek voor La Source. De uitkomsten van dit onderzoek zouden mogelijk ook relevant kunnen zijn voor andere instellingen. Immers, er zijn meer instellingen die worstelen met aansluiting bij de context/omgeving en activiteiten aantrekkelijk willen maken voor de doelgroep. Het doel is om een doelgroep aan hen te binden. Uiteindelijk zal dit onderzoek het meest toegespitst zijn op de context waarin La Source zich begeeft en daarom voor hen het meeste relevant zijn. Ook andere 'beginnende' pioniersplekken zullen profiteren wanneer zij zich in eenzelfde soort context begeven.

1.4. Knelpunt

De activiteiten van La Source worden nog niet zo lang georganiseerd door Taizé in Amsterdam, maar de leiding ziet dat er weinig mensen aanwezig zijn op de georganiseerde avonden. Er is dus niet echt sprake van binding. Mensen voelen zich niet verbonden en komen maar eenmalig, met als dieptepunt dat er tijdens één van de openstellingen van de kerk niemand kwam. Daarom rijst de vraag hoe dit nu verder moet en hoe je de door hen gestelde doelgroep kunt bereiken en binden aan een activiteit. Hierdoor ontstaat de vraag hoe men verbinding maakt met de eigen wijk/stadsdeel en wat La Source van andere plekken kan leren op dit gebied. Daarom wil men bij La Source weten hoe je jongeren kunt identificeren en verbinden aan een activiteit

1.5. Voorlopige vraagstelling

De oorspronkelijke vraag die mij werd voorgelegd luidde: “Is er gemeenschapsvorming mogelijk bij (openstelling van) La Source en zo ja, op welke manier kan dit vorm krijgen en zo nee, welke afwegingen maken we hieromtrent?”

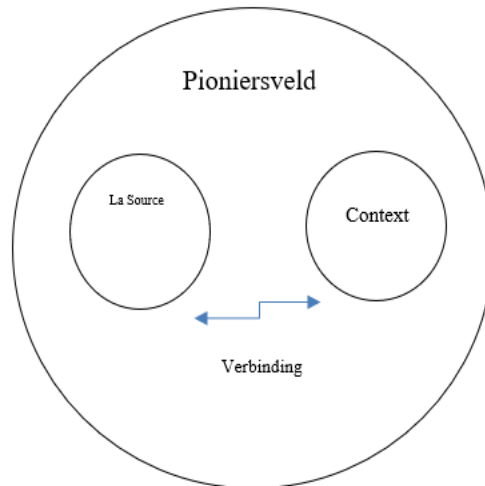
In het vooronderzoek en de gesprekken die ik met de leiding van La Source en Taizé in Amsterdam voerde, kwam nadrukkelijk naar voren dat zij nog niet in de fase zitten dat er sprake is van gemeenschapsvorming en dat de vraag zou moeten worden herzien.

Het probleem waar Taizé tegenaan loopt is dat zij de doelgroep en hun wensen niet goed voor ogen hebben. De leiding wil graag weten welke behoefte er leeft in Westerpark.

Hiernaast wil Taizé in Amsterdam meer inzicht krijgen in hoe zij op deze wensen kunnen inspelen, hoe er vanuit La Source verbinding gemaakt kan worden met de wijk. De nieuwe vraag luidt daarom:

Hoe is er verbinding mogelijk tussen Taizé in Amsterdam en Westerpark en wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere pioniersplekken in Amsterdam?

Bij deze vraag vallen een aantal dingen op, namelijk: wat wordt er bedoeld met verbinding? De vraag naar wat er wordt bedoeld met verbinding en het willen leren van andere pioniersplekken. In de gesprekken met de leiding van Taizé kwam nadrukkelijk naar voren dat zij eigenlijk graag wil weten hoe je jongvolwassenen aan een activiteit kunt binden: Wanneer je een doelgroep voor ogen hebt en je hebt hen iets te bieden., hoe kun je dit dan aanbieden zodat zij hierop afkomen, dus dat er een “match” ontstaat? In het onderstaande model probeer ik dit toe te lichten.



Figuur 2. Werkveld van de pionier. © Kasper Koekenbier. 2018

Dit vraagt enerzijds dat je kennis hebt van de context, dus waar heeft de doelgroep behoefte aan en wat is hun belevingswereld. Anderzijds ligt met name de vraag van La Source bij de pionier. Wat kan er vanuit de pioniersplek gedaan worden zodat er verbondenheid gecreëerd wordt? Daarnaast is de vraag hoe je als pionier je eigen persoon kunt laten aansluiten en communiceren met een bepaalde doelgroep en hun context. Voordat de uiteindelijke onderzoeksvraag gedefinieerd wordt, moet er een theoretisch kader worden geschetst.

1.6. Theoretisch kader

In het theoretische kader zal aan de hand van de voorlopige vraagstelling op een aantal punten de diepte worden ingegaan. Als eerste zal er worden stilgestaan bij de belevingswereld van jongeren en jongvolwassenen. Vervolgens zal er een beeld worden geschetst betreffende de demografie van Amsterdam. Tenslotte zal er een theologische schets worden gegeven omtrent pionieren en missionaire kerk te zijn.

1.6.1. Belevingswereld van jongvolwassenen

We leven in een gejaagde en oppervlakkige wereld. Alles moet snel en er moet niet al te lang nagedacht worden. Deze gejaagdheid is niet alleen een bedreiging voor de kerkdienst, maar ook voor het lezen uit de Bijbel en voor het gebed in het gezin en persoonlijk. Wij leven in een beeldcultuur. Dit heeft invloed op ons concentratievermogen. Veel mensen blijven alleen naar een bepaald televisieprogramma kijken als er steeds weer wat nieuws gebeurt. Omdat we in deze tijd veel sneller bellen (of appen) dan een brief sturen, word je gedwongen om direct te reageren en daarbij is geen plaats voor rustige overweging. Deze vluchtige manier van omgaan met elkaar heeft ook invloed op de manier waarop wij onze kerkdienst beleven. Wij willen onmiddellijk

horen wat wij denken nodig te hebben, we willen meteen geraakt en beantwoord worden.

Bij onze tijd hoort ook dat we niet zomaar wat aannemen, we zijn kritisch. Veel jongvolwassenen hebben moeite met het eenrichtingsverkeer in de preek, ze willen meepraten. De preek is geen samen zoeken naar waarheid. In de preek horen wij de levende stem van Christus. Het kritisch zijn heeft ook te maken met de invloed van de wetenschap. We leven in een welvarende wereld en dat kan een gevaar zijn. Welvaart heeft snel tot gevolg dat we God vergeten.

1.6.1.a. Individualisering

Volgens Lampert en Spangenberg (2010:108) groeit de generatie van vandaag op in een samenleving die meer en meer individualiseert. Dit leidt tot losmaking van het individu uit traditionele verbanden van sociaal milieu, gezin, buurt, school en kerk. De overzichtelijke indeling van de Nederlandse samenleving - in rangen en standen, in kerkelijke gezindheden, in stad en platteland, in volksbuurten en tuinkijken van zestig jaar geleden - bestaat niet meer. Tegelijkertijd zijn daarmee de vaste oriëntatiepunten, welke houvast, zekerheid en vertrouwen boden, verdwenen. In deze tijd wordt men meer en meer aangesproken als een ondernemer van zijn of haar eigen leven, die zelf moet zorgen voor resultaat en succes, terwijl er appél wordt gedaan op het maken van eigen keuzes, ontbreekt het vaak aan de materiële en sociaal-culturele voorwaarden om die zelfstandigheid ook waar te maken. Hierbij kunnen tradities in de thuiscultuur botsen op de zelfstandigheid die elders in de maatschappij wordt verlangd (Hermes 2007: 25-28).

1.6.1.b. Informalisering

De op hiërarchie en gezag gebaseerde verhoudingen die tot de jaren zestig de sociale afstand tussen autoriteiten en gewone burgers bepaalden, zijn de afgelopen decennia ingrijpend veranderd. Het is gebruikelijk geworden om meer vanuit gelijkwaardigheid met elkaar om te gaan. Dit geldt voor volwassenen onderling, maar ook voor de verhouding tussen jongeren en volwassenen. Er is nu meer ruimte voor ongedwongenheid en spontaniteit. Echter heeft dit ook een keerzijde. Mensen zullen zich namelijk ook steeds minder geremd voelen om zich negatief te uiten (Hermes 2007: 25-28).

1.6.1.c. Generaties en hun cultuur

Mensen binnen een generatie zijn allemaal anders en niemand is identiek aan elkaar. Toch zijn er wel kenmerken toe te schrijven aan bepaalde generaties. Ze hebben namelijk dezelfde maatschappelijke ontwikkelingen meegemaakt en hebben in dezelfde tijd met bijbehorende cultuur geleefd en leven dat op dezelfde leeftijd nog steeds. Aart C. Bontekoning (1997: 87) geeft in zijn proefschrift van de Universiteit Tilburg aan dat je het begrip generatie het best kunt uitleggen als een groep (leef)tijdgenoten die met elkaar zijn verbonden door:

- Een gedeelde vergelijkbare opvoeding¹
- Een gedeelde beleving van de vitaliteit van de omringende cultuur
- Een gedeelde reactie in de vorm van spontane vernieuwingsimpulsen
- Een gedeelde en collectieve mentale, emotionele en fysieke ontwikkeling, die is afgestemd op de evolutionaire rol van hun generatie.

Er worden door diverse auteurs verschillende generatie-indelingen gebruikt. De enige wetenschappelijk getoetste indeling is, in Nederland:

Generaties	Levensfase
Protestgeneratie 1940-1955	Senior 60-75 jaar
Verbindende Generatie X 1955-1970	Leiderschap 45-60 jaar
Pragmatische Generatie 1970-1985	Mediorfase 30-45 jaar
De authentieke Generatie Y 1985-2000	Junior 15-30 jaar
De bewuste Generatie Z 2000-2015	Kind 00-15 jaar

*Figuur 3. De generatieverschuiving die tussen 2000 en 2015 plaatsvindt in Nederland.
Aangepast overgenomen uit *Generaties in organisaties* (blz. 83). 2007*

1.6.1.d. Generatie X

Generatie X wordt ook wel de verloren generatie genoemd. De verloren generatie kreeg te maken met massale jeugdwerkeloosheid en maakte vanwege het gevaar van Soa's het einde van de seksuele vrijheid mee. Er werd geëxperimenteerd met verschillende samenlevingsvormen (niet meer direct vanuit het ouderlijk huis trouwen). De jeugdcultuur manifesteerde zich met de komst van MTV. Kwaliteit van het bestaan werd belangrijker, wat gevonden werd in de vorm van parttime werken, tweeverdiener of anderhalf verdiener zijn en de levensstandaard steeg. Over het algemeen is deze generatie praktisch ingesteld, zelfredzaam, relativerend en, hoewel opgevoed tot idealisme, door de maatschappelijke omstandigheden gestuurd richting een no-nonsens mentaliteit. De samenleving bleek aanmerkelijk minder maakbaar dan hun in de jaren zeventig was voorgespiegeld (Lampert en Spangenberg 2010: 64-66).

¹ Natuurlijk valt ook hier een kanttekening te plaatsen. Want hoe zit het met bijvoorbeeld mensen die met een andere levensbeschouwing worden opgevoed. Die groeien dan op in dezelfde maatschappij, maar soms met iets andere normen en waarden.

1.6.1.e. Pragmatische generatie

De pragmatische generatie bestaat vooral uit de kinderen van de protestgeneratie. Zij kregen gelijke kansen, ruime mogelijkheden, vrijheid en keuzes, en veel stimulans van hun ouders. Belangrijk zijn: 'je eigen ding doen' en 'vooral jezelf zijn'. Zelfontplooiing staat als levensmotto centraal: werk is belangrijk, maar levensgeluk nog belangrijker. Ze worden ook wel de patatgeneratie genoemd: bij het uitblijven van stimulans of disciplinaire dwang vervallen kinderen vaak in passiviteit. Ouders staan minder 'boven' hun kinderen, maar meer 'ernaast'. Op latere leeftijd stelt deze generatie fundamentele keuzes uit zoals ten aanzien van moederschap en beroepskeuze (Lampert en Spangenberg 2010: 66-67).

1.6.1.f. Generatie Y

Generatie Y wordt ook wel Digitale generatie, screenagers of generatie Einstein genoemd. Voor deze grenzeloze generatie geldt dat kinderen al vroeg actief zijn met sms en op internet met profielensites zoals Facebook. Vanuit de commercie hebben marketeers de jongerencultuur ook getypeerd als achterbankgeneratie (ouders regelen alles voor hen), knip-en-plakgeneratie (alles is al eens bedacht), mediageneratie (communiceert gemakkelijker digitaal dan van persoon tot persoon) en Generatie Y (vertroeteld, zelfverzekerd en opgegroeid met grote technologische vooruitgang) (Lampert en Spangenberg 2010: 67-69).

1.6.1.g. Generatie Z

Generatie Z borduurt eigenlijk voort op Generatie Y. De technologische ontwikkelingen gaan in een rap tempo omhoog en de communicatiemiddelen worden steeds talrijker. Generatie Z is opgegroeid met de aanslagen van 9/11 en de daarop volgende internationale conflicten, de aanslagen in Madrid en Londen, de moord op Theo van Gogh en het tumult rond Geert Wilders en zijn Fitna-film. Deze generatie hoort voortdurend over het wijdverbreide misbruik van kinderen binnen de Katholieke kerk. Ze lezen over een Paus die blijft hameren op dogma's en regels die volledig irrelevant lijken. Zo is een verbod op het gebruik van condooms of de pil echt niet meer uit te leggen aan een Z'er, hoewel de huidige Paus een trendbreuk lijkt in te zetten. Vanuit het perspectief van Generatie Z heeft georganiseerde religie niet veel positiefs toegevoegd aan de wereld. Omdat ze nog nauwelijks in de kerk komen of op een andere manier betrokken zijn bij kerkgemeenschappen, zien ze de positieve kant van het geloof niet meer zoals de pastorale zorg en steun aan zieken en bejaarden. Ze zien alleen de negatieve kanten: terrorisme, geweld en onderdrukking. Een aanzienlijk deel reageert hierop door alle religie radicaal af te wijzen en ook de bron van religies moet er aan geloven. Deze groep heeft besloten dat God niet bestaat, want waarom laat Hij dan zoveel ellende toe? (Lampert en Spangenberg 2010: 67-69)

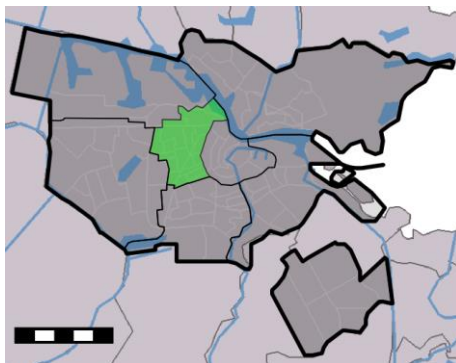
1.6.1.h. Conclusie

Wanneer het gaat om jongeren en jongvolwassenen hebben kerkelijke gemeenschappen momenteel te maken met generaties die een ander beeld hebben van de kerk dan de generaties die hen voorgingen. Jongeren groeien op in een tijd die heel sterk individualiseert, het contact is veel persoonlijker en informeler. Daarnaast groeien deze jongeren op met de nieuwste trends en technologieën, waardoor veel contact niet meer face-to-face gaat, maar via sociale media. Voor kerkelijke gemeenschappen staat een hele uitdaging te wachten om deze jongeren te bereiken. Met name omdat religie in veel gevallen niet positief is en negatieve beelden oproept. Daarnaast is er de uitdaging om jongeren op het spoor te komen. Met name omdat vandaag de dag jongeren zich in de digitale wereld begeven en vandaag de dag vrijwel niet in een kerk komen. Daarom is het een prangende vraag hoe gemeenschappen met dit soort ontwikkelingen omgaan en hoe zij hierop inspelen bij het identificeren, contact leggen en verbinden van jongeren.

1.6.2. Demografie Amsterdam

1.6.2.a. Herkomst en aantal jongeren

Zoals op Figuur 5 staat aangegeven is Taizé in Amsterdam gevestigd in stadsdeel Amsterdam-West. Amsterdam-West telt ruim 140.000 inwoners waarvan ongeveer 40 procent tussen de 18 en 40 jaar is. Ongeveer één derde heeft een niet-westerse migratie achtergrond, de helft is Nederlands en de overige bewoners hebben een westerse migratie achtergrond. Van het totaal aan inwoners is bijna tien procent hoger opgeleid, dit wil zeggen dat zij HBO of hoger hebben gestudeerd. De verhouding tussen man en vrouw is 49,5 procent is man en 50,5 is vrouw.



Figuur 4. Stadsdeel West. Overgenomen uit Wikipedia ([https://nl.wikipedia.org/wiki/Amsterdam-West#/media/File:Amsterdam - Stadsdeel West.PNG](https://nl.wikipedia.org/wiki/Amsterdam-West#/media/File:Amsterdam_-_Stadsdeel_West.PNG)). ©Michiel72. 2018

Wanneer er specifiek naar de wijken in Westerpark wordt gekeken dan zien we in figuur 5 hoe de leeftijden verdeeld zijn:

Kerncijfers wijken en buurten 2017						
Onderwerpen	Aantal inwoners	Leeftijdsgroepen	Leeftijdsgroepen	Leeftijdsgroepen	Leeftijdsgroepen	Leeftijdsgroepen
Onderwerpen	Aantal inwoners	0 tot 15 jaar	15 tot 25 jaar	25 tot 45 jaar	45 tot 65 jaar	65 jaar of ouder
Wijken en buurten	Aantal	Aantal	Aantal	Aantal	Aantal	Aantal
Houthavens	1.060	140	70	365	375	120
Spaarndammer- en Zeeheldenbuurt	10.795	1.455	995	4.215	2.870	1.270
Staatsliedenbuurt	13.260	1.605	1.220	5.785	3.520	1.145
Centrale Markt	2.450	335	345	695	835	245
Frederik Hendrikbuurt	8.410	875	745	3.785	2.075	940
	35.975	4.410	3.375	14.845	9.675	3.720

Figuur 5. Kerncijfers wijken en buurten. ©OIS. 2017

Wanneer er gekeken wordt naar de sociale kaart van Westerpark, dan valt het op dat er verschillende activiteiten voor jongeren worden georganiseerd (West Beweegt (z.d.)². En er verschillende sportverenigingen zijn zoals martial art (Agatsu (z.d.). Aikido Amsterdam³. Het stadsdeel zelf heeft een fonds dat sociale initiatieven ondersteunt met het doel om Amsterdam West een stukje beter te maken⁴.

Het OIS (Onderzoek, Informatie en Statistieken) laat uit haar laatste onderzoek uit 2017 zien dat er relatief weinig gezinnen zijn in Westerpark. Zestig procent van de huishoudens in Westerpark bestaat uit 1 persoon. Ook is het aantal met een niet-westerse afkomst in Westerpark relatief laag (25%) in vergelijking met het gemiddelde van Amsterdam (35%). Over het algemeen scoort Westerpark wanneer het gaat om de sociaal-economische situatie rond het gemiddelde van de stad of net iets daaronder. Dit betekent dat zowel de geregistreerde werkloosheid als het bijstandsgebruik, het percentage laagopgeleiden en minima liggen rond het Amsterdamse gemiddelde.

Onderzoek wijst uit dat jeugdproblematieken op de meeste punten vergelijkbaar zijn met als het gemiddelde van Amsterdam. Het valt hierbij wel op dat in de Spaarndammer- en Zeeheldenbuurt en de Frederik Hendrikbuurt jongeren vaker problemen hebben dan in andere delen van Westerpark (OIS) 2016 gebiedsanalyse.

² Instagram. Geraadpleegd op 16 juli 2018, van <https://www.instagram.com/westbeweegt/>

³ Geraadpleegd op 16 juli 2018, van <https://www.agatsu.info/>

⁴ Gemeente Amsterdam. Sociale helden. Geraadpleegd op 16 juli 2018, van <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/stadsdelen/stadsdeelwest/sociale-helden/>

Stadsdeel	18-25 jaar Aantal in 2016	Stadsdeel	18-25 jaar Aantal in 2030
Centrum	9078	Centrum	7783
Westpoort	12	Westpoort	13
West	13895	West	12509
Nieuw-West	16778	Nieuw-West	17849
Zuid	13605	Zuid	11026
Oost	15292	Oost	15815
Noord	8131	Noord	8826
Zuidoost	10218	Zuidoost	9946
Totaal	87009	Totaal	83767

Figuur 6. Gebiedsanalyse Amsterdam. Geraadpleegd op 16 juli 2018, van https://www.ois.amsterdam.nl/pdf/2016_gebiedsanalyse_3.pdf ©OIS. 2018

We kunnen uit deze cijfers van het OIS en CBS vaststellen dat in de wijken van Westerpark gemiddeld minder mensen met een niet-westerse afkomst wonen.

Op veel punten op sociaal gebied zit Westerpark op het gemiddelde van Amsterdam zoals bij jeugd problematieken en sociaal-economische problematiek. Ook is er vastgesteld dat er onder de jongeren heel wat hoogopgeleiden zijn en dat daar voor Taizé in Amsterdam mogelijkheden liggen.

Wanneer het gaat om herkomst dan zien wij ook dat er een duidelijk verband is tussen de herkomst van Amsterdammers en de buurt waarin zij wonen. Zo zijn Turken en Marokkanen sterk vertegenwoordigd in Geuzenveld (Nieuw-West), Slotermeer en Bos en Lommer (West) maar bijvoorbeeld ook in de Indische Buurt (Oost). Surinamers en Antillianen wonen vrijwel uitsluitend in Zuidoost. Voor alle groepen geldt dat nieuwkomers zich meestal vestigen in een wijk waar hun gemeenschap al relatief groot is. Westerse allochtonen hebben ook zo hun voorkeuren. Zij wonen vooral in wijken in het Centrum of in de buurt van hun werk (bijvoorbeeld op de Zuidas of op het Science Park). Ook de Valeriusbuurt (Zuid) en de Houthavens (Centrum) zijn bij deze groep in trek. Naar leeftijdsopbouw verschillen de buurten eveneens. In de nieuwe wijken op IJburg (Oost) zijn veel gezinnen met jonge kinderen te vinden. Jongeren tussen de 20 en 24 wonen vooral in wijken met speciaal voor studenten gebouwde woningen, bijvoorbeeld bij het Amstelstation en op het NDSM-terrein. In Buitenveldert (Zuid) en in sommige wijken in Noord is een relatief groot deel van de bevolking juist ouder dan 80 jaar.

(OIS. Geraadpleegd op 16 juli 2018, van <https://www.ois.amsterdam.nl/visualisatie/bevolking.html>).

Migratieachtergrond	18-24 jaar
Surinaams	6706
Antilliaans	1633
Turks	4964
Marokkaans	8501
Overig niet-westers	11443
Totaal niet-westers	33247
Westers	14263
Nederlands	39654
Totaal	87164
Procenten	
Surinaams	7,7
Antilliaans	1,9
Turks	5,7
Marokkaans	9,8
Overig niet-westers	13,1
Totaal niet-westers	38,1
Westers	16,4
Nederlands	45,5
Totaal	100%

Figuur 7. Jongeren naar migratieachtergrond en leeftijdsgroepen. ©OIS. 2017

Bovenstaande cijfers laten zien dat er in de aankomende jaren over het algemeen minder jongeren in Amsterdam zullen wonen. In sommige stadsdelen zoals Nieuw-West, Oost en Noord zal een lichte stijging zijn.

1.6.2.b. Werkloosheid

Binnen werkloosheid wordt er onderscheid gemaakt tussen twee groepen werkloze jongeren:

1. Werkzoekende jongeren die een opleiding volgen
2. Werkzoekende jongeren die geen opleiding meer volgen

Uit onderzoek blijkt dat herkomst en opleidingsniveau belangrijke factor zijn van de jeugdwerkloosheid. Hoe lager iemand is opgeleid, hoe groter de kans op werkloosheid. Zo is 17% van de laagopgeleide jongeren werkloos, tegenover 8% van de middelbaar

opgeleide jongeren en 5% van de hoogopgeleide jongeren. Jongeren van niet-westerse herkomst zijn, ongeacht hun opleidingsniveau, vaker werkloos dan autochtone jongeren. Ook na correctie voor leeftijd en geslacht blijft er een verschil. Zo is 7% van de hoogopgeleide jongeren van niet-westerse herkomst werkloos, tegenover 4% van de jongeren van Nederlandse herkomst. Amsterdamse jongeren van Marokkaanse herkomst zijn veel vaker werkloos (18%) dan andere niet-westerse groepen (tussen de 10 en 13%). Dit komt vooral doordat de schoolgaande jongeren van Marokkaanse herkomst nog steeds veel moeite hebben met het vinden van een baan (OIS. 26 oktober 2016). Jeugdwerkloosheid onder het landelijk gemiddelde. (Geraadpleegd op 16 juli 2018, van <https://www.ois.amsterdam.nl/nieuwsarchief/2016/jeugdwerkloosheid-amsterdam-onder-landelijk-gemiddelde>).

1.6.2.c. Criminaliteit

De afgelopen jaren is er in Amsterdam zo'n 2à3% geweld waar jongvolwassenen verantwoordelijk voor zijn. Per stadsdeel kan dit verschillen, maar over algemeen zijn er in de stadsdelen Noord en Zuidoost relatief veel jeugdige verdachten, terwijl in het Centrum en in Zuid relatief weinig verdachten zijn.

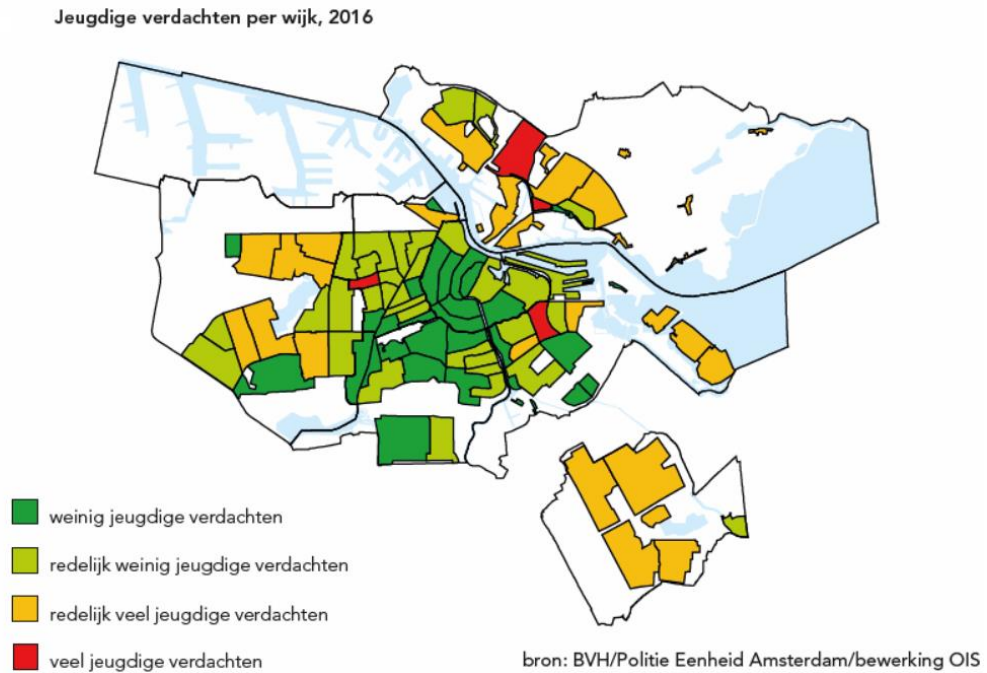
Percentage jeugdige verdachten, naar stadsdeel, 2015-2016

	2015 12-17 jaar	2016 12-17 jaar	2015 18-24 jaar	2016 18-24 jaar	2015 12-24 jaar	2016 12-24 jaar
Centrum	2,4	2,5	1,5	1,3	1,7	1,6
West (incl. Westpoort)	3,8	3,9	2,9	2,3	3,1	2,8
Nieuw-West	4,0	3,1	3,5	3,2	3,7	3,1
Zuid	2,6	2,2	1,7	1,3	2,0	1,5
Oost	3,9	3,2	2,9	2,6	3,2	2,7
Noord	4,7	4,4	3,4	3,7	3,9	3,9
Zuidoost	5,6	5,8	3,7	3,2	4,4	4,1
Amsterdam	4,0	3,6	2,8	2,5	3,2	2,8

bron: BVH/Politie Amsterdam-Amstelland/bewerking OIS

Figuur 8. Percentage jeugdige verdachten, naar stadsdeel. ©OIS. 2016

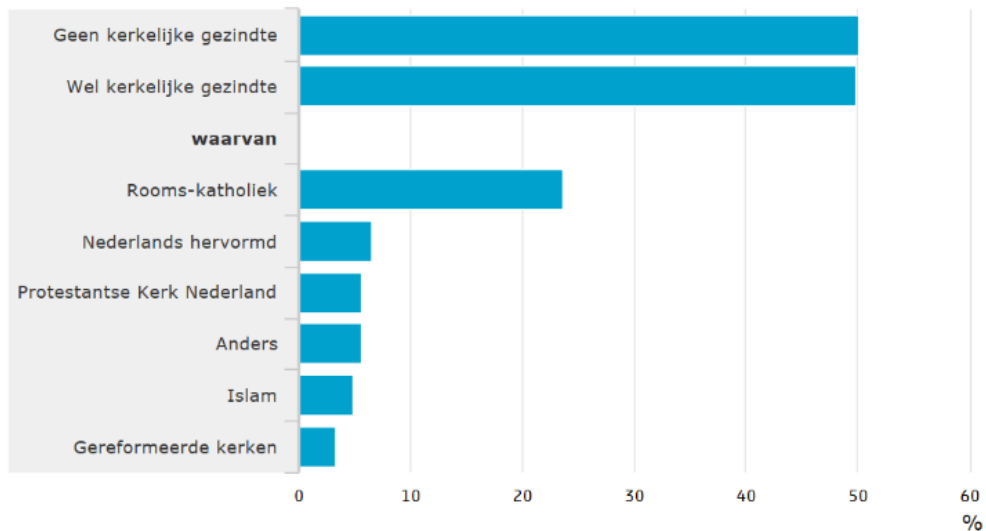
Wanneer we inzoomen van de stadsdelen naar de wijken, dan zien we dat er in Zuid en Centrum geen wijken zijn waar jeugdige verdachten wonen. De rest van de stadsdelen heeft één of meer wijken met relatief veel verdachte jongeren. Deze wijken liggen voornamelijk in Nieuw-West, Zuidoost en Noord.



Figuur 9. Percentage jeugdige verdachten, naar stadsdeel. ©OIS. 2016

1.6.2.d. Religiositeit

In een artikel van het Centraal Bureau voor de Statistiek uit 2016 wordt vermeld dat ongeveer 50 procent van de Nederlanders kerkelijk of religieus is. Hieronder vindt u een tabel waarin dit op kerkelijke gezindte of levensbeschouwing wordt weergegeven.



Figuur 10. Kerkelijke Gezindte of levensbeschouwelijke groepering. ©CBS. 2016

Wanneer er gekeken wordt naar Amsterdam specifiek, dan zien wij dat 37,8 procent religieus is, waarvan 11,2% Rooms-katholiek, 2,2% Nederlands Hervormd, 2,7% Protestantse Kerk Nederland en 12,1% moslim is (CBS. (22 december 2016). De helft van

de Nederlanders is kerkelijk of religieus. (Geraadpleegd op 30 juli 2018, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/51/helft-nederlanders-is-kerkelijk-of-religieus>). Gemiddeld gaat ongeveer 11,9 procent van deze groep maandelijks naar de diensten zoals hieronder per gezindte staat aangegeven, hetgeen onder het gemiddelde ligt wanneer het over heel Nederland bekeken wordt. Het Nederlandse gemiddelde van de volwassenen (18+) die maandelijks een religieuze bijeenkomst bezoeken is 16 procent.

Noord-Holland Amsterdam	
Kerkelijke of levensbeschouwelijke gezindte	%
Rooms-katholiek	11,4
Nederlands Hervormd	2,4
Gereformeerd	0,8
PKN	2,9
Islam	11,4
Joods	0,8
Hindoe	1,0
Boeddhist	1,0
Anders	6,1
Totaal Kerkelijke gezindte of levensbeschouwelijke groep	37,7
Maandelijkse bezoek aan religieuze diensten %	11,9

Figuur 11. Religie en kerkbezoek naar gemeente. ©CBS 2015.

1.6.3. *Missionaire kerk*

De vraag hoe je mensen verbindt heeft in zichzelf veel te maken met hoe je missionair kerk of gemeenschap kunt zijn. Wanneer je een activiteit voor anderen wilt opzetten en mensen uit een wijk daarmee wilt verbinden, dan komt daar communicatie bij kijken. Maar ook vragen zoals: “in hoeverre moet zo’n activiteit vrijblijvend zijn en in hoeverre zijn wij gericht om kleine gemeenschappen te stichten of draait het meer om het individu?”

1.6.3.a. *Missionaire communicatie*

Bij missionaire communicatie moet er eerst stil worden gestaan bij wat vaak heel veel ‘allergie’ oproept bij alles wat op bekering lijkt. De laatste 15 jaar zijn er verschillende boeken geweest die hier een appél op doen. Zo schrijft Henk Roest in zijn boek *‘De wind steekt op!’* Centraal staat het initiatief om anderen in contact te brengen met het evangelie. Wie getuigt wil een ander motiveren tot een bepaald gedrag, namelijk om God in Jezus te leren kennen. Wie getuigt is altijd er op uit een ander te involveren in de beweging die van Jezus is uitgegaan. Missionaire communicatie gaat om werving.” (Roest 2005: 142, 143)

Heel wat jaren later, in 2015, schreef de katholieke theoloog Erik Borgman dat wij elkaar moeten opvissen, waarmee hij verwijst naar de woorden van Jezus in Mattheus 4:19. Voor Borgman is missionaire communicatie niet eenrichtingsverkeer, maar een wederzijds gebeuren. Want in het winnen van de ander, winnen wij zelf ook. Deze verbondenheid haalt ons uit het isolement. We zijn van elkaar en daarin zijn wij samen van God (Borgman 2015: 124). In het beleidsrapport *Kerk 2025* van de Protestantse Kerk in Nederland komen wij de volgende quote tegen: “Bij getuige zijn hoort dat mensen zonder schaamte worden geworven voor de kerk. ‘Treed in, of treed weer in!’ Het taboe hierop (“zieltjes winnen”) heeft te lang verlamd gewerkt (Protestantse Kerk in Nederland 2016: 10). Ik heb nu een aantal pleidooien voor zo’n missionaire houding weergegeven en op papier ziet dat er goed uit. Maar hoe werkt dit in de praktijk?

De praktijk laat zien dat er nog heel veel allergie is voor dit soort wervende woorden. In de huidige maatschappij vallen wij anderen niet lastig met onze levensovertuiging en blijft het iets voor achter de voordeur (Stoppels 2017: 43). Sake Stoppels en Nynke Dijkstra hebben een basisboek geschreven wanneer het gaat om missionaire kerk *‘Back to basics’* waarin zij het volgende hierover schrijven: “Op persoonlijk niveau kan het zo zijn dat we ondanks onze kerkelijke betrokkenheid eigenlijk nauwelijks weet hebben van de vernieuwende kracht van het Evangelie. Soms zijn we ook helemaal niet gewend om ons geloof te delen, zelfs niet met geloofsgenoten. In dat geval wordt het ook wel heel lastig om met ‘buitenstaanders’ te communiceren. [...] Zo zijn er tal van redenen die ons doen aarzelen ons geloof te laten zien en het te delen. Getuigen is altijd een boemerang die naar onszelf terugkeert: Wie ben ik als getuige? Heeft het evangelie mijn leven zo verrijkt, veranderd dat ik dat anderen graag ook zou gunnen? Wat heb ik eigenlijk te delen en te

vertellen? Hoe zit het met de geloofsgemeenschap waar ik bij hoor?’ (Stoppels 2017: 44, 45)

Stoppels en Dijkstra (2017: 46) menen dat een zekere schroom en terughoudendheid heel gezond is, maar dat een jarenlange betrokkenheid in een geloofsgemeenschap zijn sporen nalaat. Zij constateren dat er op de huidige markt een grote behoefte is aan zingeving en persoonlijke groei door verschillende magazines die hierop inspelen, maar dat het opvallend is dat een dergelijke groei niet in beeld is en resulteert in een groeiend aantal bezoekers in kerken.

Natuurlijk zouden we kunnen zeggen dat geloof ook een innerlijk proces is, dat van buiten niet altijd nadrukkelijk aanwezig is. H.M. Kuitert schreef eens dat we vroeger onze geloofsdoos ongeopend doorgaven aan de volgende generatie. De inhoud deugde, dat wist je gewoon (Stoppels 2017: 48). In principe moet die doos nu open. Dit kan voor veel mensen confronterend, maar ook heilzaam zijn.

Om nog even terug te gaan naar het getuigen en het in contact brengen van niet gelovigen met Jezus Christus. Een mooie quote die inmiddels misschien iets gedateerd is komt van A.A. Ruler: “Het gaat in de Kerk centraal om, zieltjes winnen [...] want die zieltjes moeten zielen worden.” (Ruler 1971: 126)

Deze quote zet ons aan het denken en komt als een boemerang terug. Heeft mijn ‘zieltje’ kunnen uitgroeien tot volwassenheid? Hoe zou mijn geloofsgemeenschap andere zieltjes kunnen helpen om tot die volwassenheid te komen? Eigenlijk zou iedere gelovige en geloofsgemeenschap dit gesprek moeten kunnen aangaan. Voor de communicatie naar ongelovigen is het belangrijk dat de kerk zelf een transformatie heeft doorgemaakt en tot volwassenheid is gekomen. Het treffende hieraan is, dat iedereen uitgedaagd wordt. Het accent ligt hiermee op het Evangelie dat mensen uitnodigt en uitdaagt om hun leven fundamenteel te heroriënteren of te veranderen.

1.6.3.b. Individu en gemeenschap, vrijheid en vrijblijvendheid

Zoals al omschreven is in hoofdstuk 1.6.1. *Belevingswereld van jongvolwassenen* is het denken van de huidige mens sterk veranderd. Vroeger dacht men meestal vanuit het ‘wij’ naar het ‘ik’, tegenwoordig is dat in onze samenleving andersom, ook wanneer we spreken over geloof en spiritualiteit. Het ‘wij’ hoeft in dit geval niet zozeer te gaan over face-to-face contact (Stoppels 2017: 72). De laatste jaren is er sprake van een sterke groei betreft social media en heeft bijna iedereen wel een account bij één van de grotere providers op de markt. Met deze ontwikkelingen rond de ontwikkeling en het gebruik van social media is ook de wijze waarop men ‘wij’ wil zijn veranderd. Men blijft gemeenschap zoeken, alleen zal dit op een andere manier gebeuren dan vroeger. Vroeger men op zoek was naar binding in een groep en bepaalde instituties, voelt men tegenwoordig niet meer voor deze vormen.

Stefan Paas maakt in zijn boek *'Vreemdelingen en priesters'* gebruik van twee metaforen om de verschoven beleving van de mens aan te duiden. De één is het beeld van de kerk als een ziekenhuis, waar je zo weinig moet zien te komen. Maar het is wel nodig dat het er is. Het idee hierachter is dat een klein groepje de organisatie in gang houdt, zodat anderen, indien nodig, hier gebruik van kunnen maken. De gedachte van een kerk waar men gebruik van maakt wanneer dat nodig is, vinden we terug in de volkskerkelijke cultuur die nu onder druk staat. Met name jongere generaties leven niet meer in de denkkaders van een volkskerk. Jongeren vandaag de dag worden opgevoed dat zij kunnen kiezen en zelf kunnen besluiten waar zij naar de kerk gaan. Daarom gebruikt Paas voor deze generatie een ander beeld namelijk: de kerk als restaurant. De jonge generaties kunnen vandaag kiezen tussen verschillende aanbieders die welzijn, geluk en zingeving aanbieden, waaronder kerken. Een kerkdienst moet een hele belevenis zijn wil je verleid worden nog een keer gaan. Daarnaast is er geen enkele verplichting, het is net een restaurantbezoek (2015:40-44). Met beide beelden probeert Stefan Paas de kerk als gemeenschap uit te beelden. De vraag is alleen in hoeverre deze twee hierbij passen. Bij het beeld van een restaurant kun je snel gaan denken dat je in een restaurant niet bemoeit met anderen die elders in het restaurant aan tafel zitten, terwijl in de kerk we eigenlijk wel iets met elkaar zouden moeten hebben. Met dit beeld zouden we niet verder kunnen komen. Dat geldt ook voor het beeld van de kerk als ziekenhuis. Het blijft dus een vraag hoe wij gemeenschapsvorming in deze tijd zouden kunnen typeren. Hoe vorm je een geloofsgemeenschap in een tijd waarin men veel waarde hecht aan vrijheid en ongebondenheid? Deze vraag wordt met name relevant wanneer je dit in het licht van het Evangelie beziet dat ons uitnodigt tot een radicale, niet vrijblijvende gemeenschap van gelovigen (Stoppels 2017: 75).

1.6.3.c. Context en contextualiseren

Volgens Sake Stoppels en Nynke Dijkstra is het kennen en verkennen van de context essentieel voor een missionaire gemeenschap. De kerk gaat immers niet alleen maar over onszelf en onze betrokkenheid op God. Het gaat om een gemeenschap die niet geïsoleerd leeft van de omgeving (Stoppels 2017: 102). Het begrip context is zeer breed. Voor dit onderzoek zal context op drie niveaus worden gedefinieerd: 1. De eigen context en biografie. 2. De lokale kerk/gemeenschap. 3. Brede context.

De eigen context gaat over de eigen persoon. Mensen onderling zijn nu eenmaal verschillende mensen met ieder een eigen biografie. Het is belangrijk om de eigen context te begrijpen, omdat dit invloed heeft op de theologie die daaraan verbonden is. Het is vaak lastig om hiervan bewust te worden, aangezien dit vaak pas op bepaalde scharniermomenten in ons leven of in ontmoeting met anderen wordt ontdekt. In sommige gevallen moet je eerst in contact komen met anderen, voordat je bewust wordt van je eigen context. Door deze ontmoetingen met andere culturen en achtergronden leer je je eigen wortels ontdekken en hoezeer jij daarin bestempeld bent (Stoppels 2017: 105).

Het tweede punt, de lokale context, heeft te maken met de wordingsgeschiedenis van de eigen gemeenschap. Iedere gemeenschap is in die zin uniek, zij heeft haar eigen geschiedenis met hoogte-en dieptepunten. Dit kan vergeleken worden met een boom en de ringen die zo'n boom heeft van de jaren die hij oud is. In het geval van jonge gemeenschappen zal zo'n boom niet dik zijn en nog niet zo diep geworteld. Maar de geschiedenis van zo'n gemeenschap zegt veel over de huidige context. Daarom is dat het bij het contextualiseren belangrijk om de lokale context te weten. Er moeten altijd keuzes worden gemaakt, soms bewust, maar vaak ook onbewust.

Bij het contextualiseren zal je altijd mensen buitensluiten die zich niet bij je thuis zullen voelen. Wanneer we de verschillende gemeenten, parochies of pioniersplekken naast elkaar neerleggen, zal er altijd verschil zijn in cultuur en klimaat. Daarom is het belangrijk dat men zich hier bewust van is (Stoppels 2017: 108).

De brede context gaat meestal over de verschillen in de breedte. Een gemeenschap op de Veluwe is anders dan die in de binnenstad van Amsterdam. In sommige streken en dorpen is het nog gewoon dat vrijwel iedereen op zondag naar de kerk gaat, terwijl in een grote stad maar een handjevol mensen op zondag in de kerk zitten. Uit dit voorgaande kunnen we concluderen dat we altijd wel contextueel handelen of denken, zelfs wanneer wij ons er niet bewust van zijn.

De mens handelt altijd vanuit zijn eigen achtergrond of biografie. De Rooms-katholieke theoloog Stephan B. Bevans maakt een onderscheid van zes modellen binnen de contextuele theologie. Vanwege de omvang zal ik hiervan twee kort behandelen⁵. Deze twee modellen zijn tegelijk ook tegenpolen van elkaar waardoor wij een mooi contrast krijgen. Een van de modellen die Bevans noemt is het 'translation' model. In dit model heeft het Evangelie het hoogste woord en bepaalt het eigenlijk de cultuur. Dit betekent dat het Evangelie onveranderlijk is, maar dat deze wel iedere keer opnieuw vertaald moet worden, zodat het begrijpelijk wordt (Bevans 2002: 38-42). Het andere model is het 'anthropological' model. Waar het eerste model nogal eens negatief richting andere culturen staat, wordt in het laatste model andere culturen gerespecteerd en zelfs omarmd (Bevans 2002: 54-59).

In het eerste model wordt er vaak nog heel erg nagedacht hoe bepaalde christelijke thema's vertaald kunnen worden. Men blijft zoeken naar hoe thema's (zoals verlossing, plaatsvervangend lijden) kunnen worden verbeeld en daardoor geactualiseerd en,

⁵ De overige modellen: 1. Het Praxis-model: beschouwt de theologie als iets dat eerst moet worden toegepast, later wordt besproken. Oefenen, nadenken, oefenen in een oneindige spiraal van leren. Het gaat erom dat er iets moet gebeuren.

2. Het synthetische model: probeert de inzichten uit de eerste drie modellen in synthese en in evenwicht te brengen. Een soort theologische 'hek-zit'. Altijd 'zowel/ en.' Dialoog en openheid om te luisteren en te leren zijn belangrijk.

3. Het transcendentale model: is minder geïnteresseerd in de theologie dan de theoloog. De waarheid is niet daar, het is hier, en moet worden behandeld. De nadruk ligt niet op het object van kennis, maar het wetende subject. Theologie is intens privé en persoonlijk. God geopenbaard in persoonlijke ervaring, niet in de Schrift of historische traditie/ onderwijs.

4. Het countercultural model: erkent dat 'het evangelie altijd een' uitdagende relevantie 'is voor de menselijke situatie.' De cultuur wordt met een zekere mate van verdenking behandeld.

zodat deze vandaag de dag nog altijd beleefd kunnen worden. Het tweede model heeft een andere aanpak, waarin de mens en Gods goede schepping meer centraal komt te staan. Hierdoor verschuift de kern van het Evangelie (Stoppels 2017: 114-116). We zouden onszelf hoe dan ook de vraag kunnen stellen wat er nodig is op welk moment of hoe wij onszelf zien, onze kerk en onze context. Uiteindelijk verschilt dit per persoon, per situatie en per plaats. Er kan hier niet iets in het algemeen gezegd worden. Je kunt niet eerst een context 'objectief' verkennen en vervolgens zoeken naar vormen waarin je het Evangelie wilt communiceren. Stoppels en Dijkstra zijn van mening dat context en de manier waarop je je daartoe verhoudt door elkaar heen lopen, waardoor het niet te passen is in een gestructureerd model. Dit is soms ook terug te zien in activiteiten die gedaan worden voor anderen, maar niet door anderen, zodat vervolgens weinig mensen hierin geïnteresseerd zijn (Stoppels 2017:121,122). Maar uiteindelijk staan we als personen nooit los van onze context. Deze is niet van onszelf los te pellen. Het is daarom belangrijk om goed te kijken en te luisteren. We hebben uiteindelijk niet alleen te doen met de context waartoe wij ons verhouden, maar ook met onszelf. Volgens Stoppels en Dijkstra worden succesvolle missionaire kerken gekenmerkt door enerzijds een heldere identiteit en anderzijds een openheid en gastvrijheid richting nieuwe mensen (Stoppels 2017: 124). Het is dan ook een misverstand wanneer we ons alleen maar zouden aanpassen aan de context en niet rekening houden met de eigen identiteit. Het betekent namelijk niet dat je opgaat in de context. Men kan hierin doorslaan en zich blindstaren op het contextualiseren en daardoor breken met het lichaam van Christus. Contextualiseren is daarom altijd enerzijds zoeken naar hoe je jezelf verhoudt tot de context en anderzijds in verbondenheid zijn en blijven met de wereldwijde kerk.

1.6.3.d. Methodieken voor kerkplanting of gemeentestichting

In de situatie die in de voorgaande paragrafen is geschetst, zit de vraag verborgen hoe je een gemeenschap sticht en concreter: hoe doe je dat in de gegeven context? Om deze vraag helder te krijgen, zal ik hier aan de hand van een aantal modellen dieper op in gaan.

Richard Osmer - Practical theology

Het eerste model wat ik zal behandelen is bedacht en uitgewerkt door Richard Osmer. Hij ontwikkelde een model waarin hij in vier stappen een framework biedt om als leiding een situatie te veranderen. Dit model is hiermee niet specifiek voor gemeentestichting bedacht, maar is bruikbaar als een theologische reflectie op de praktijk.

Fase 1: De empirisch descriptieve fase – wat gebeurt er in de gegeven context?

Osmer beschrijft vanuit de professional. De leiding van een gemeenschap moet zijn als een luisterende priester die getraind en geoefend is om objectief de situatie te beoordelen. Het gaat om aandacht geven aan wat aandacht behoeft, om bij de realiteit van een situatie te blijven, om deze zo objectief mogelijk te observeren en waar te nemen en er niet voor weg te vluchten. Als een luisterende priester is hij in staat om op een fijngevoelige wijze in de situatie van de ander binnen te treden. Verder is hij in staat om

exegetische methoden toe te passen op de individu, groep, gemeenschap of tekst en in hun volle context te vatten. Hiermee krijgt de cultuur van de groep of de gemeenschap veel aandacht.

Het is ook de taak om de Bijbel te lezen al dan niet in normatieve zin. Het 'leeswerk' dat men verricht bevindt zich altijd in de spanningsboog tussen informeel en formeel. Het informele lezen heeft te maken met het horen van de alledaagse, persoonlijke en interpersoonlijke communicatie. Dit vraagt om een open houding en sensitiviteit voor wat er 'gewoon' gebeurt. Het formele lezen daarentegen helpt om incidenten, situaties en contexten empirisch te onderzoeken met verschillende methoden die men tot zijn beschikking heeft. De leiding van een gemeenschap, of iemand die een plek zal beginnen, moet de cultuur, religie en samenleving verstaan en verkennen. In de praktijk neemt hij de rol aan van een onderzoeker of detective. Er moet zorgvuldig spoorwerk gedaan worden rondom zingeving en geloof, dit is met name noodzakelijk in de complexe samenleving van vandaag. Hij moet als een bruggenbouwer een brug bouwen naar de huidige maatschappij. Zoals hierboven genoemd kan priesterlijk luisteren informeel, semi formeel en formeel zijn. Osmer focust zich met name op het formeel luisteren dat hij definieert als het 'onderzoeken van bijzondere gebeurtenissen, situaties en verbanden door empirisch onderzoek'. Om deze vraag helder te krijgen, zal ik hier aan de hand van een aantal modellen dieper op in gaan.

Fase 2 Interpretatieve fase - Waarom is dit aan de hand?

Volgens Osmer is het belangrijk dat je een goede leider bent die goed voorbereid is op de weg die hij/zij moet gaan. Het is belangrijk dat je bedachtzaam bent en bedachtzaam met anderen om kunt gaan. Je moet inzicht hebben in zaken rondom het dagelijkse leven. Bedachtzaamheid streeft naar inzicht in de verschillende voorvallen waarmee je te maken zult krijgen, zodat je je ook kunt inleven en deze situatie kunt zien als een uniek voorval (Osmer 2008: 82). Je moet weten welke theorieën bij specifieke voorvallen passen en welke niet. In deze fase is het belangrijk dat je gaat kijken naar theorieën die te maken hebben met het voorval. Hierbij is het wel belangrijk dat een theorie iets anders laat zien dan de werkelijkheid. Een theorie laat je in de buurt van de waarheid komen, maar is niet de waarheid zelf. (Osmer 2008: 83) Het is noodzakelijk je te verdiepen in hulpmiddelen om goed te kunnen interpreteren. Bijvoorbeeld in de geschiedenis van de kerk of in psychologische en sociologische boeken. Je moet uitgaan van je eigen ervaring maar ook van wat mensen daar al van weten. Het kan ook zijn dat bij het ene voorval een theorie goed te gebruiken is en bij een ander voorval weer totaal niet. (Osmer 2008: 96) Als je dus verschillende theorieën hebt bekeken, kijk dan welke het beste zou kunnen helpen bij een bepaald voorval. (Osmer 2008: 101) Hierbij is het belangrijk dat je de belangrijkste bijzonderheden uit omstandigheden kunt pakken. Het is essentieel dat je onderscheidingsvermogen hebt betreffende de morele 'uiteinden' die op het spel staan. Je moet vastberaden zijn om de meest effectieve middelen te gebruiken om doelen te bereiken in het licht van de beperkingen en mogelijkheden op een speciale tijd en plaats.

(Osmer 2008: 84). Tegelijkertijd is het ook belangrijk om rationeel, goed na te blijven denken en conclusies met argumenten te onderbouwen. (Osmer 2008: 102) Het hoofddoel in deze fase is om voort te borduren op theorieën om beter de situatie te begrijpen en uit te leggen. (Osmer 2008: 113)

Fase 3: Normatieve taak – Wat zou er aan de hand moeten zijn?

In de normatieve fase komt het aan op een oordeel: goed of slecht? Ja of nee? Doorgaan of terugkeren? In de normatieve fase wordt de norm gevormd: wat is normaal, hoe hoort het te zijn, als het niet zo zou zijn hoe zou het dan wel moeten zijn? Om te oordelen moet je natuurlijk eerst goed kijken naar de voorafgaande fases: wat zijn de feiten, hoe zijn de omstandigheden en hoe is deze situatie ontstaan? Vaak is er een spanningsveld tussen je eigen sympathie en de theologische en ethische interpretatie.

Drie mogelijke benaderingen of een combinatie:

1. Theologische interpretatie

Hiermee kun je theologische concepten en schema's gebruiken om de verschillende onderdelen zoals context en situatie van het verhaal juist te interpreteren, geïnspireerd op menselijke en goddelijke theorie en acties.

2. Ethische/ filosofische discipline

Richt snoeren kunnen helpen om ethische principes, gebruiken, regels en wetten in actie omzetten in de richting van morele doelen.

3. Praktijkervaring

Goede norm vloeit voort uit de ervaring van de praktijk. Na verkenning van de modellen pas je situaties uit het heden of verleden toe en dit leidt tot vorming van de norm. Of het omgekeerde: je kijkt naar het verleden en probeert het probleem in de huidige tijdsgeest te benaderen met de hulp van deze modellen. De spirituele grondhouding bij de normatieve taak is het profetisch onderscheiden geworteld in een spiritualiteit van onderscheidingsvermogen. Als leider heb je in deze derde fase vooral een normerende en onderscheidende taak. Het benutten van theologische interpretaties, waarden en normen en de inzet van voorbeeldige praktijken vormen het hart van deze rol.

Osmer ziet het profetisch onderscheidingsvermogen vooral in de dienst van de oudtestamentische profeet. In de context van het verbond tussen God en Israël is het de profeet die zowel oordeel als herstel en hoop verkondigt voor het volk dat zich buiten de kaders van het verbond heeft begeven. Het luistert hier nauw, want met de rol van 'profeet' weef je als het ware het goddelijke woord met je eigen duiding tot één boodschap (Herschel). Je grijpt zowel terug op Gods openbaring als ook op een specifieke theologische traditie om 'trendy' opvattingen en populaire theologie en praktijk, die niet bij het verbond passen, te corrigeren. In die lijn ziet Osmer Jezus vooral als de vervulling van de profetische hoop, als degene die met gezag de mensen terugroept naar het hart

van God. Als zodanig is Jezus niet slechts de boodschapper van Gods woorden, maar zelf het Woord van God. Van daaruit vind je als hbo-theoloog je eigen rol.

De hierbij passende grondhouding is een spiritualiteit van profetisch onderscheidingsvermogen. Hierbij beweeg je je op een spanningsboog tussen enerzijds sympathie en (normerende) theologische en anderzijds ethische interpretatie. In die spanningsboog voltrekt zich het onderscheidende vermogen. Je bent enerzijds betrokken op Gods pathos en liefde met een gebroken wereld en anderzijds kun je je identificeren met Gods bewogenheid over zonde, pijn en verdriet. Om dit te kunnen doen is de leiding en de kracht van de heilige Geest nodig. Zo kun je met bewogenheid (hoopgevend) handelen in de omgang met mensen die sociale, lichamelijke en geestelijke gebrokenheid ervaren. Het komt erop aan Gods leiding te onderscheiden midden in de omstandigheden en besluiten van het menselijk bestaan. Het betekent filteren, zeven, totdat richting gevonden wordt. Luisteren naar de Schrift, het belijden van zonde en het waarachtig liefhebben van de ander zijn kenmerken voor deze ene kant van de normatieve rol: theologische en ethische interpretatie. Hiertoe navigeer je en benut je theologische concepten en verschillende theologische en ethische (reflectie)modellen.

In deze rol komt het specifieke en eigene van een theologische opleiding aan de orde en neem je als theoloog beslissingen over de verhouding en het gewicht van de verschillende theologische en ethische normen. Je beschikt gaandeweg over een instrumentarium waarmee je incidenten, situaties en contexten kunt *reframen* vanuit een normatief kader. Tegelijkertijd richt je je voor de goede richting op voorbeeldige en goede praktijken die bestaan in vergelijkbare contexten en waaraan normen zijn te ontleen. Binnen de opleiding wordt deze rol gevoed vanuit de Bijbels-theologische en systematisch-theologische deeldisciplines, eveneens vanuit een sterke focus op de hermeneutische competentie in verbinding met de communicatieve en persoonlijke competentie, die feitelijk verondersteld wordt in alle rollen.

Fase 4 Pragmatische fase – Hoe kunnen we reageren?

In deze fase gaat het erom dat je handelt. Handelen is het bewust actie ondernemen op wat je in de voorgaande fasen hebt ontdekt. Je kunt beredeneren waarom je zo handelt, omdat je terugkijkt naar fase 1, 2 en 3.

Er zijn drie vormen van leiderschap:

1. Task competence: leidinggeven als taak in een organisatie.
2. Transactioneel leiderschap: het beïnvloeden van anderen door middel van een proces van “trade-offs”.
3. Transformerend leiderschap: het leiden van een organisatie door middel van een proces van diepgaande verandering in de identiteit, missie, cultuur, en operationele procedures.

Alle drie de vormen van leiderschap zijn nodig in de gemeente. (Osmer 2008: 178)

Deze drie vormen samen vormen dienend leiderschap. Dienend leiderschap is leiderschap dat de gemeente beïnvloedt om te veranderen op een manier waarin de dienstbaarheid aan Christus vollediger wordt. (Osmer 2008: 192) Je moet dus altijd Jezus Christus voor ogen houden als je een probleem wilt oplossen. Leiders moeten ernaar streven om van de gemeente een plaats te maken waar behoeften van mensen worden vervuld in ruil voor hun support en deelname aan het gemeente-zijn. (Osmer 2008: 194)

Ronald van der Molen – Plant een kerk

Het tweede model voor het stichten van een gemeenschap is geschreven door Ronald van der Molen en is bedoeld als een handleiding in zes stappen.

Fase 1: Voorbereiden

In deze fase is het met name de motivatie, je eigen vorming en visie rondom het stichten van een gemeenschap van belang. Het is belangrijk om stil te staan bij het gegeven dat God graag wil dat wij mensen samenkomen en dat je als gemeentestichter daar een rol in mag hebben. In deze fase mag je in feite nog een beetje dromen over de toekomst. Wat drijft je om iets op te starten? Wat in deze fase ook heel belangrijk is, dat je mag nadenken over de visie van hetgeen je wilt starten. Je moet de tijd nemen om een visie te ontwikkelen.

Van der Molen (2008: 57) is van mening dat stichters van gemeenschappen stil moeten staan bij de droom van God. Het plan wat Hij met de wereld heeft. God wil graag dat mensen naar zijn evenbeeld worden gemaakt, maar de mens heeft dit verstoord door te zondigen. God heeft Jezus gestuurd om voor ons te sterven zodat we weer in de tegenwoordigheid van God komen. God vormt ons zodat wij over hem kunnen vertellen. Gemeentestichters hebben volgens Van der Molen (2008: 62) een drietal kenmerken. Ten eerste moeten zij geroepen zijn door God. Het kan zijn dat ze een bijzondere ervaring met God hebben gehad of dat iemand door een ander is aangesteld, maar het gaat er uiteindelijk om dat God je heeft geroepen. Ten tweede ben je rentmeester voor God. Als rentmeester beheer je het bezit van God. Dit betekent dat het niet draait om jou als persoon, maar om God. Als laatste is het belangrijk dat je respect hebt voor de mensen. Als rentmeester is het belangrijk om betrouwbaar en met respect om te gaan met de mensen die je zijn toevertrouwd.

Fase 2: Zaaïen

In fase 1 is nagedacht over wat je wilt en over de lijn die je wilt gaan trekken. In fase 2 mag je nadenken over de wijze waarop je mensen wilt bereiken. Zal dit gebeuren vanuit een Romeinse benadering waarbij de ratio een belangrijke rol inneemt doordat het geloof vanuit een puur rationele wijze belicht wordt? Of ga je uit van een Keltische benadering

aan de slag? Deze laatste wijze gaat meer uit van het uitnodigen door ongelovigen tot de gemeenschap die hen langzaam inwijdt. Je probeert hen niet te overtuigen van de waarheid, maar probeert deze zelf na te leven en hen hiermee te bereiken of overtuigen. Van der Molen geeft aan dat het belangrijk is om stil te staan bij het proces waardoor mensen tot geloof komen:

1. Bewustzijn. Door de relatie die je hebt en het gebed kun je andere mensen helpen, hen bewustmaken van het geloof dat jij uitdraagt.
2. Relevantie. Je maakt aan anderen bekend wat Jezus voor hen persoonlijk kan betekenen.
3. Interesse. Wek hun interesse door hen uit te dagen om op onderzoek te gaan, wat hen dit gaat kosten en opleveren.
4. Proberen. We vragen hen om Jezus te vragen voor een bepaalde nood in hun leven.
5. Aannemen. Wanneer ze Jezus hebben ervaren, dan is het goed om hen ook andere zaken te vertellen die hij ons aanbiedt. Je zou de persoon kunnen aanbieden om hun oude leven af te doen en een nieuwe start met Jezus te beginnen.
6. Versterken. Hun nieuwe leven is begonnen. Dit is het moment om hen ook aan andere mensen voor te stellen zodat zij niet alleen blijven, maar ook kameraadschap ervaren (2008: 87-91).

In deze fase is het goed om de doelgroep die je wilt bereiken vast te stellen, je kunt immers niet iedereen bereiken. Het is dan ook belangrijk om de goede locatie te bepalen. Praktische vragen die je dan kunt stellen zijn: waar zijn er nog geen christelijke gemeenten? Of waar is Jezus nog niet goed vertegenwoordigd? Je kunt bij de gemeente informatie vinden over inwoners en wijken. Het is niet alleen belangrijk om stil te staan bij de locatie, maar ook om een duidelijke en zo concreet mogelijke doelgroep te willen bereiken (Van der Molen 2008: 95). Van der Molen adviseert om na te denken met wat voor mensen jij het liefst werkt. Je zou kunnen denken aan een bepaalde leeftijdsgroep, mensen uit een bepaald sociaal milieu, mensen met een bepaalde nood (2008: 96, 97). Het is belangrijk om hier goed over na te denken omdat dit ook invloed zal hebben op het type kerk. Van der Molen (2008: 98-101) noemt een zestal type gemeenschappen:

1. Nieuwe plant. Dit zijn gemeenschappen die ontstaan in een omgeving waar weinig tot geen christelijke getuigenis is. Een omgeving waarbij de kerk niet aanwezig is. Dit zijn eigenlijk ook wel de pioniersgemeentes. Typisch kenmerkend is dat deze gemeente een vorm kan aannemen die aansluit bij cultuur en behoeften, maar kan losraken van de gevestigde kerk en afhankelijk is van externe financiering.
2. Uitloper. Deze gemeenschap is heel nauw verbonden met de gemeenschap waaruit zij gezonden is, die haar identiteit mede bepaalt. Eigenlijk is het doel om elders in de omgeving een identieke gemeenschap te starten als de

moedergemeente. Dit kan een valkuil vormen omdat het te vaak lijkt op de gevestigde moedergemeente en daarom soms lastig is om buitenkerkelijken te bereiken.

3. Uitzaaier. In tegenstelling tot de uitloper gaat dit model ervan uit dat een gemeenschap die gesticht wordt genetisch anders kan zijn dan de moedergemeente. Het idee is wel dat dit van een grote afstand zal gebeuren zodat gemeentelieden die uitgezonden worden meestal zullen moeten verhuizen. Het vraagt daarom wel iets van de stichters: grote toewijding en flink wat tijd om een bestaan op te bouwen.
4. Verplanting. Het idee achter dit model is dat een groot deel van de moederkerk weg gaat om vervolgens elders een nieuw bestaan op te bouwen. Het voordeel hiervan is dat de nieuwe gemeenschap hierdoor al meteen een goede start maakt en er vaak een grote groep betrokken is. Het nadeel is, net als bij de uitloper, dat de nieuwe gemeenschap te vaak veel weg heeft van de moeder-gemeente en dat het hierdoor lastig is om nieuwkomers te bereiken.
5. Kruising. Bij het type kruising zenden verschillende gemeenschappen samen een groep uit om gezamenlijk iets nieuws te beginnen. Het voordeel hiervan is dat door de verschillende betrokkenen er vaak iets gestart kan worden. Het kan wel zo zijn dat de samenwerking soms stroef kan verlopen door de verschillende achtergronden.
6. Bestuiving. In dit geval probeert een gezonde gemeenschap een slecht functionerende gemeenschap te ondersteunen. Dit kan door advies, bemensing financiële ondersteuning. Door deze hulp kan een noodlijdende gemeenschap soms toch een doorstart maken.

Fase 3: Kiemen

Fase 2 eindigt met het samenstellen van een kernteam. In deze fase ga je hier gericht mee aan het werk. Probeer structuur aan te brengen bij de activiteiten die je doet. Stel per activiteit een verantwoordelijke aan die een aantal mensen kan aansturen. Het is hierbij belangrijk om na te denken welke gaven op welke plek nodig zijn. Van der Molen (2008: 121-128) geeft voor deze fase 7 stappen om een team te vormen

1. Wat willen we bereiken? Bij de eerste stap is het belangrijk om een doelstelling te bepalen. Twee vragen die je hierbij kunnen helpen zijn: 'wat willen we bereiken?' en 'wat wordt de toegevoegde waarde van dit team?'
2. Wat is onze focus? In deze stap bepaal je de focus van de taak. Het is belangrijk om in een paar zinnen het doel wat je nastreeft te omschrijven, hierdoor krijg je een duidelijk doel voor ogen.
3. Uit welke gebieden bestaat onze focus? Bij deze stap is het belangrijk om de volgende vragen te stellen: A. Als dit doel (taak, project, verantwoordelijkheid, bediening) in bijvoorbeeld vier kwadranten zou worden verdeeld, welke zouden dat dan zijn? B. Hoe zou je ze noemen? C. Zou de combinatie van deze vier

kwadranten de totale verantwoordelijkheid omvatten die nodig zijn voor het uitvoeren van de taak? D Als dat zo is, welke titel zou elke kwadrant krijgen?

4. Welke capaciteiten en gaven zijn nodig? In deze stap is het de bedoeling om vast te stellen welke capaciteiten en gaven er nodig zijn voor het team.
5. Wat zijn de juiste mensen voor welke plaats? In deze fase ga je wanneer het team nog niet is vastgesteld op zoek naar mensen die passen bij het profiel wat je in fase 4 hebt opgesteld.
6. Welke beperkingen en compenserende waarden zijn er? In deze fase ga je behalve kwaliteiten ook nadenken over wat de beperkingen zijn van teamleden en kijken hoe dit gecompenseerd kan worden. Een aantal voorbeelden van beperkingen: A. Tijd B. Capaciteit C. Motivatie D. Weerstand E prioriteit.
7. Wie worden de nieuwe leiders? Wanneer de verantwoordelijkheden van het team groeien dan moeten er nieuwe teams worden gecreëerd zodat er groei kan ontstaan.

Fase 4: Groeien

Bij fase 4 draait het om groei, met name de persoonlijke groei die mensen door kunnen maken. Van der Molen benadrukt dat een gemeenschap alleen kan groeien wanneer je de mensen die komen ook helpt en de ruimte geeft om zelf te groeien. Bied als gemeenschap de mogelijkheid om samen met hen op zoek te gaan naar hun gaven en talenten. In deze fase is het ook belangrijk om na te denken wie jou zouden kunnen helpen. Zijn er andere gemeenschappen of organisaties die jullie kunnen helpen? Er zal hierbij ook nagedacht kunnen worden of er financiële hulp nodig is.

Fase 5: Vrucht dragen

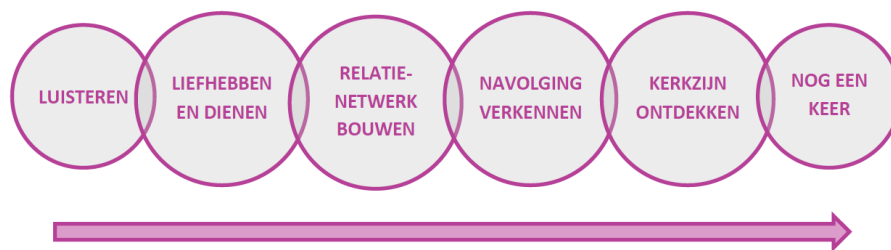
Wanneer de voorgaande stappen zijn doorlopen, kan er ook stil worden gestaan bij de vruchten die het oplevert. Het evangelie dat door de activiteiten wordt verspreid, de persoonlijke groei van de mensen die op de activiteiten afkomen, financiële stabiliteit en de maatschappelijke relevantie. Wanneer je in goed vaarwater bent en zelfs vrucht draagt, dan mag er ook nagedacht worden over het trainen van leiders.

Fase 6: Vermenigvuldigen

Ronald van der Molen heeft ook nagedacht over de vraag hoe je een gemeenschap kunt laten groeien, zodat je zelfs over vermenigvuldiging kunt spreken. Wil je graag dat je gemeenschap zich gaat vermenigvuldigen dan is het belangrijk dat je altijd Jezus voor ogen houdt, bidt en een goede levensstijl onderhoudt. Wees open en toegankelijk voor nieuwe mensen, maar bidt ook voor die groei. In de huidige cultuur zijn relaties heel belangrijk. Als leider van een gemeenschap ben jij het toonbeeld.

Protestantse kerk Nederland – De pioniersreis

De protestantse kerk Nederland (in het vervolg PKN) hanteert een andere aanpak wanneer het gaat om het stichten van gemeenschappen. Hierbij is zij wel geïnspireerd door Michael Moynagh die een aantal boeken over gemeentestichting heeft geschreven. In het model wat de PKN hanteert ga je als pionier door een zestal fasen waarna vervolgens weer opnieuw begonnen wordt.



Figuur 12. Pionieren PKN. 2018

In de brochure “pionieren met de protestantse kerk” wordt dit model nader toegelicht (PKN (z.d.) Pionieren vanuit de PKN. Geraadpleegd op 16 juli 2018 van <http://lerenpionieren.nl/wp-content/uploads/2017/09/A4-Pionieren-vanuit-de-PKN-2018.pdf>).

Vanwege de omvang zal dit model samengevat worden.

Het model begint bij het 1: luisteren, 2: context, 3: God, 4: de kerk in brede zin waaronder jezelf en het team. Dit luisteren is veel meer dan kijken welke behoefte er speelt in de ruimere omgeving of een praktisch marktonderzoek. Het luisteren dat hier bedoeld wordt, gaat dieper en zorgt ervoor dat je aansluiting vindt bij mensen. Het wordt daarom ook als basishouding beschouwd van de pionier. Door goed te luisteren kun je ontdekken wat de noden zijn bij de ander.

De volgende stap is om je netwerk uit te breiden. Wanneer dit lukt dan is de relatie niet alleen zodanig dat het team de mensen moet dienen, maar ook dat dit tussen mensen onderling gebeurt. Mensen leren elkaar kennen en ontmoeten elkaar regelmatig. Tegelijkertijd leren mensen de pionier kennen en ontdekken ze dat hij christen is. Op verschillende manieren kan het christelijk geloof worden verkend, door gesprekken of een avond waarop men geloof met elkaar deelt. Het moment wanneer je het christelijk geloof gaat delen, ga je richting de fase ‘navolging verkennen’. Door het christelijk geloof te verkennen zal ook de vraag rondom kerk zijn ontstaan zoals of er ook een viering

gehouden kan worden of het aan de orde komen van lidmaatschap en bepaalde ambten. Het is hierbij de bedoeling dat dit gebeurt samen met de doelgroep en dat men samen ontdekt wat het betekent om het geloof te vieren.

In theorie lijkt het proces rond deze ‘pioniersreis’ vrij eenvoudig, maar de praktijk is anders. In de praktijk lopen deze fasen soms door elkaar, bijvoorbeeld dat er vieringen worden gehouden door het hele proces heen. Dat kan soms lastig zijn omdat de praktijk vaak laat zien dat pionieren per situatie en context kan verschillen in aanpak.

1.6.3.e. Conclusie

In deze paragraaf is een literatuuronderzoek gedaan om meer inzicht te krijgen in welke context Taizé in Amsterdam zich begeeft, wat de belevingswereld van de doelgroep is en om het pionieren theologisch meer diepgang te geven. We hebben gezien dat Amsterdam een grote stad is met mensen van verschillende etniciteit en religies. Daarnaast, wanneer het gaat om sociale status, zien wij zowel rijk als arm in Amsterdam. Gemiddeld is ongeveer een derde van de mensen in Amsterdam religieus en gaat daarvan ongeveer 12 procent maandelijks naar een bijeenkomst. Landelijk gezien ligt dit onder het gemiddelde. Dit stelt kerken en geloofsgemeenschappen voor een uitdaging.

Wanneer er gekeken wordt naar de belevingswereld van jongeren en jongvolwassenen dan ziet men dat deze meer gericht zijn op social media en dat relaties en netwerken hierdoor op grotere afstand verlopen. Ook de normen en waarden tussen verschillende generaties kunnen verschillen en hierdoor met elkaar botsen. Maar belangrijker voor dit onderzoek is dat met name jongere generaties een negatief beeld hebben van geloof vanwege de hectiek en problematiek bij verschillende religies. Dit beeld maakt het lastiger om hen te bereiken.

Theologisch is er heel veel geschreven over het starten van gemeenschappen en het zoeken van verbinding. Wanneer men een activiteit wil aanbieden is het belangrijk dat men duidelijk heeft wie men precies wil bereiken en wat hun eigen identiteit is. Daarnaast zijn er verschillende stappen die men kan doorlopen om een gemeenschap te stichten en het doel te bereiken wat men voor ogen heeft.

1.7. Centrale onderzoeksvraag

Naar aanleiding van het knelpunt in paragraaf 3 van hoofdstuk 1 en de aanleiding tot het doen van dit onderzoek, is de volgende hoofdvraag opgesteld:

Taizé in Amsterdam wil verbinding maken met jongeren en jongvolwassenen in Amsterdam stadsdeel Westerpark. Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere pioniersplekken in Amsterdam hoe zij jongeren identificeren, contacteren en verbinding met ze krijgen?

Aan het eind van dit onderzoek wordt een antwoord gegeven op deze hoofdvraag en worden aan de opdrachtgever aanbevelingen gedaan.

Om de hoofdvraag te beantwoorden zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van identificatie?
2. Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van contact leggen?
3. Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van verbinding maken?

1.8. Doelstelling

Taizé in Amsterdam wil graag dat er onderzoek gedaan wordt naar hoe er verbinding mogelijk is tussen een pioniersplek en een wijk. Hiervoor wil zij dat er gekeken wordt naar andere pioniersplekken: hoe hebben zij dit aangepakt en hoe kan daar een analyse van worden gemaakt? Concreet betekent dit dat ik als onderzoeker contact onderhoud met een aantal pioniersplekken in Amsterdam die wat betreft leeftijd en context een overlap hebben met Taizé. Ik zal vervolgens een aantal activiteiten van deze plekken bijwonen en gesprekken voeren. Aan de hand van deze interviews zal ik een analyse maken. Uiteindelijk zal de relevantie van dit onderzoek vooral blijken door te onderzoeken hoe mensen in de wijk door gemeenschappen worden geïdentificeerd, gecontacteerd en verbonden.

1.9. Kerkelijke waarde

Wanneer iemand een gemeenschap wil starten of een christelijke activiteit wil starten is dit nauw verbonden met zijn eigen identiteit en overtuigingen. Veel kerken moeten sluiten omdat er geen jeugd meer is. Ze vergrijzen steeds meer en soms lijkt het onmogelijk om de kerk voort te zetten. Je hoort niet vaak dat er weer eens een kerk wordt gesticht. Dit onderzoek zou startende gemeenschappen kunnen inspireren en een zetje kunnen geven in de goede richting. Dit document is een bundeling van verschillende ervaringsverhalen. Verhalen waar we iets van kunnen leren en die ons kunnen inspireren om het anders te doen.

2. Onderzoekstechnisch ontwerp

2.1. Onderzoekmodel

In deze paragraaf zal gekeken worden hoe het onderzoek technisch in elkaar zit. Er wordt toegelicht hoe de informatie wordt uitgewerkt en verantwoord. Dit onderzoek is breed opgezet aan de hand van vooronderzoek en literatuuronderzoek. Met deze informatie zijn de kaders voor de interviews opgesteld. Vervolgens worden de resultaten van de interviews geanalyseerd. Uit deze analyse volgen de conclusies en aanbevelingen voor de opdrachtgever.

2.2. Onderzoekontwerp

Het onderzoek is erop gericht om een duidelijk beeld te krijgen hoe een beginnende pioniersplek als Taizé in Amsterdam verbinding kan maken met de buurt. Om hier een duidelijker beeld van te schetsen zal met name de nadruk liggen op de diepgang van het onderzoek. Dit betekent dat er gebruik gemaakt zal worden van een kwalitatief en empirisch onderzoek. Voor dit onderzoek worden de gegevens verzameld door middel van diepte-interviews.

2.2.1. Literatuurstudie

Er is gebruik gemaakt van een literatuurstudie die de basis vormt voor de af te nemen interviews. De interviews hebben plaatsgevonden met ambtsdragers, kerkelijk werkers en professionele hulpverleners bij verschillende geloofsgemeenschappen in Amsterdam die aangaven onze doelgroep te bereiken en daar succesvol in te zijn. In het literatuuronderzoek lag de focus op de belevingswereld van jongeren en jongvolwassenen, de context van Amsterdam en hoe gemeenschapsopbouw werkt. Vanuit de literatuurstudie is er een vragenlijst opgesteld zoals te zien is in bijlage 1.

2.2.2. Keuze voor mondelinge interview

De interviews zijn één-op-één gehouden waarbij een vorm van topicinterview wordt gehanteerd. Deze vorm is minder gestructureerd, maar is wel zo gestuurd dat alle onderwerpen en vragen aan bod komen, hoewel de één meer dan de ander (Van der Donk, van Lanen 2011: 203-211). Deze vorm is gekozen omdat er een heel scala aan respondenten van plekken worden geïnterviewd die aan elkaar verwant zijn waar het gaat om de context en de doelgroep. Maar ze kunnen wat betreft identiteit en de aanpak heel erg verschillen. Tijdens het maken van de afspraken konden de respondenten aangeven

of men anoniem vermeld wilde blijven of niet. Wanneer er is aangegeven om anoniem te blijven dan zal dit in het verslag vermeld worden.

Bij het uitwerken en analyseren van de interviews zullen labels worden gemaakt. Naar aanleiding van de verschillende labels zijn er kern labels gemaakt. Een overzicht van de kern labels is te vinden in bijlage 2. Het risico van interviewen is dat de geïnterviewden sociaal wenselijke antwoorden geven. Men kan in dit onderzoek al heel gauw een standaardantwoord geven dat niet de werkelijkheid weerspiegelt. Een ander risico is het feit dat het houden van de interviews ook voor de respondenten veel tijd kan kosten en dat het maken van een afspraak lastig wordt. In dit onderzoek is hier rekening mee gehouden en is desondanks gekozen om interviews af te nemen van een kernpersoon die in korte tijd informatie kan geven op de onderzoeksvraag.

Door de diepte-interviews zullen deelvragen 1 tot en met 3 worden beantwoord. Dit zal worden aangevuld met theologische en sociaalwetenschappelijke literatuur die al is behandeld in het theoretische kader om zo een goed beeld te krijgen. Door het praktijkdeel van dit onderzoek zullen empirische gegevens worden verzameld en kan. Het beleid van verschillende praktijken met elkaar vergeleken worden.

Deelvraag 1: Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van identificatie?

Deelvraag 2: Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van contact leggen?

Deelvraag 3: Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van verbinding maken.

Deelvraag 1 tot en met 3 hebben alle te doen met het praktijkdeel van het onderzoek, Zij zullen daarom hieronder samen worden besproken. De methodiek van dit onderzoek zal *empirisch* zijn en zich richten op de praktijk van verschillende christelijke initiatieven. Het is belangrijk om in kaart te brengen hoe deze plekken jongeren identificeren, contacteren en verbinden. Met uiteindelijk het doel om te kijken wat Taizé in Amsterdam hiervan kan leren. In Amsterdam zijn er verschillende plekken die zich op jongeren richten en daarom is er een selectie gemaakt. Uiteindelijk zullen deze als verschillende cases worden bekeken, maar niet met het doel om deze met elkaar te vergelijken. Er zal op basis van een zelfbeoordeling van verschillende factoren een sterkte/zwakte analyse worden gemaakt van de verschillende initiatieven om zodoende tot een conclusie te komen. Door verschillende plekken afzonderlijk te bekijken komt er heel veel informatie vrij die geanalyseerd kan worden. Uiteindelijk kan hiermee een aanbeveling gegeven worden aan de opdrachtgever Taizé in Amsterdam.

2.2.3. Steekproef en populatie

Het was niet mogelijk om de hele populatie te interviewen daarom zijn respondenten gekozen door middel van een steekproef. Op basis van de literatuurstudie en de data zijn er conclusies getrokken. De interviews zijn essentieel en het is vereist dat deze betrouwbaar zijn. Het is daarom belangrijk dat de respondenten representatief zijn voor de onderzoeksgroep. Respondenten zijn gevonden door gebruik te maken van mijn eigen netwerk. Voor dit onderzoek is er daarnaast gebruik gemaakt van een lijst van pioniersplekken die online beschikbaar is. Wanneer iemand toestemming gaf om mee te willen werken is er gevraagd wat de situatie is betreffende het onderzoeksthema. Vervolgens zijn respondenten gekozen op basis of deze informatie aansloot op de onderzoeksvraag en thematiek. Voor dit onderzoek is er ook gekeken om respondenten te vinden die uit een andere denominatie komen. Dit is gedaan om een breder beeld te krijgen hoe er met deze thematiek vanuit de gemeenschap wordt omgegaan. Om de resultaten in evenwicht te houden is er besloten dat er minimaal vijf jongerenwerkers geïnterviewd moeten worden waarvan minimaal drie uit een andere denominatie dan de PKN. Om de verschillende denominaties en werkvelden te dekken is voor de volgende selectie gekozen:

- 1 jongerenwerker Rooms-Katholieke Kerk
- 1 jongerenwerker Evangelische gemeente
- 1 jongerenwerker Baptistengemeente
- 3 jongerenwerkers/pioniers Protestantse kerk.
- 1 pionier begeleider PKN

2.2.4. Aantal respondenten en interviews

De bedoeling is om minimaal vijf respondenten te vinden uit verschillende denominaties die geïnterviewd worden. Elk interview duurt ongeveer een uur.

2.2.5. Benaderingswijze

Respondenten werden telefonisch of per e-mail benaderd. In de email werd een globale omschrijving van de inhoud en de vragen die gesteld zouden worden beschreven. Hiernaast werd er praktische informatie over het onderzoek gegeven. Afwijzen van dit onderzoek was mogelijk door het sturen van een email of door dit telefonisch kenbaar te maken.

2.2.6. Introductiebrief

Meestal heb ik per e-mail de verschillende gemeenschappen proberen te bereiken. Hieronder treft u een voorbeeldformat aan hoe dit onderzoek aan deze gemeenschappen geïntroduceerd werd.

Geachte heer/mevrouw,

Kasper Koekenbier – In verbinding met elkaar!

Wij vragen u vriendelijk om mee te doen aan een interview voor een studieonderzoek. Ik doe een onderzoek voor een christelijke gemeenschap Taizé in Amsterdam.; La Source.

De onderzoeksvraag luidt: Taizé in Amsterdam wil verbinding maken met jongeren en jongvolwassenen in Amsterdam Westerpark. Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen in Amsterdam hoe zij jongeren identificeren, contacteren en verbinding met ze krijgen?

Om deze vraag te beantwoorden zou ik graag in contact willen komen met een aantal gemeenschappen en hen interviewen. Aan de hand van deze interviews en de analyse van deze gesprekken zullen conclusies worden getrokken en aanbevelingen gedaan worden.

Mocht u belangstelling hebben om hieraan mee te werken dan kunt u ons bereiken met het onderstaande e-mailadres en telefoonnummer.

Ook is het mogelijk om te reageren op onderstaande e-mail.

Met vriendelijke groet,

Kasper Koekenbier

E-mail:

Telefoon

Figuur 13: Voorbeeldbrief werving respondenten

2.3. Interviews

2.3.1. Inhoud van interviews

De vragenlijst (zie bijlage 1) is gebruikt als checklist bij de interviews. De volgorde van de vragenlijst was niet bepalend voor het verloop van het gesprek. Doorgaans zijn de gesprekken, net als de vragenlijst, thematisch van opzet. Dit betekent dat de nadruk van de gesprekken lag op 'identificeren', 'contacteren', 'verbinden' en 'identiteit'. De vragen werden zo open mogelijk gesteld om ook een zo open mogelijke reactie te verkrijgen.

2.3.2. Evaluatie van interviews

Het doel was om respondenten te vinden die vanuit hun eigen ervaring iets hebben te vertellen over het vormen van gemeenschappen. Vrijwel alle respondenten uit dit onderzoek herkennen de spanning van deze thematiek en zien dat over het algemeen als een proces. Wat iets succesvol maakt is een lastig te beantwoorden vraag. Met dit in het achterhoofd is het logisch dat sommige gemeenschappen niet willen meewerken aan dit onderzoek. Uiteindelijk bleef een relatief kleine selectie over om gesprekken mee te voeren waaruit willekeurig respondenten gekozen zijn.

Tijdens het interview was er bij respondenten ruimte om open over tegenslagen en moeite te spreken die zij ervaren in het werk wat zij doen.

Sommige respondenten wilden om deze reden anoniem blijven. Vanwege de gevoeligheid van dit onderwerp is er gekozen voor een neutrale plek.

De interviews hadden een duidelijke structuur vanuit het interviewschema wat is opgesteld. Toch kunnen de interviews gezien worden als semigestructureerd. Het interviewschema werd als leidraad gebruikt. Door deze open insteek verschilden de gesprekken per respondent. De respondent gaf aan wat voor hem belangrijk was en daar ging het gesprek dan over. De thema's identificeren, contacteren en verbinden werden op die manier de rode lijn die gevolgd werd en aangevuld werden met aspecten die de respondent belangrijk vond.

2.3.3. Aspecten van deelvragen

Aan de hand van de hoofdvraag zijn een drietal deelvragen geformuleerd. Deze deelvragen die u ook in paragraaf 1.7 kunt terugvinden, bevatten in zichzelf aspecten die relevant zijn om te bevragen bij de interviews waar conclusies uit getrokken kunnen worden. In deze paragraaf zal er per deelvraag gekeken worden welke aspecten per vraag eruit springen. Deze aspecten zullen in de tekst gecursiveerd worden. Vervolgens zal dit vertaald worden in een vraag die opgenomen kan worden in het interviewschema.

Introductievragen/identiteit

Als introductie spelen de *eigen context* en de *wordingsgeschiedenis* een belangrijke rol. Oorspronkelijk maakte identiteit geen deel uit van het interviewschema. Dit onderwerp is gaandeweg boven komen drijven en zodoende later toegevoegd aan het geheel. Hierdoor is dit in latere interviews toegevoegd omdat dit eigenlijk al vanaf het begin tot relevante informatie leidde. Wat was de *aanleiding en identiteit* van de gemeenschap of van het initiatief? Is het ontstaan vanuit een vorm *evangelisatie*, was de insteek meer *catechetisch/onderwijzend* of zat er een andere reden achter het ontstaan? Belangrijk is bijvoorbeeld ook wanneer er gevraagd wordt naar de wordingsgeschiedenis. Is zo'n initiatief ontstaan van beneden naar boven of heeft de overkoepelende organisatie hiertoe aangezet? Dus is het ontstaan vanuit een enkeling, een klein groepje mensen of kwam het voort vanuit een groter geheel?

Uiteindelijk kan dit ook iets betekenen voor de *identiteit van de gemeenschap* die gesticht wordt. Is deze eigen aan de stichters van zo'n gemeenschap of wordt deze overgenomen van het *kerkgenootschap* waaruit zij is ontstaan? Is het ontstaan van een eigen *identiteit*, een groeiend proces of is het al een op zichzelf staand iets waaruit vervolgens de gemeenschap is ontstaan? Dit zijn allemaal belangrijke punten die meegenomen moeten worden bij de interviews.

Deelvraag 1: Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van identificatie?

Bij deze deelvraag zal gekeken moeten worden naar *context*. Hoe krijgt iemand die een initiatief heeft gestart zicht op *nieuwe mensen*? Wat is er gedaan om hen in beeld te krijgen? Je kunt dan in de eerste instantie denken aan de *gemeente*. Is er bijvoorbeeld contact opgenomen met de gemeente Amsterdam om cijfers op te vragen over problematieken, probleemwijken en thuissituaties? In hoeverre doet men hier onderzoek naar en neemt dit mee in de ontwikkeling van de eigen geloofsgemeenschap. In het theoretische kader stond ik stil bij de demografie van Amsterdam, waar naar voren kwam dat sommige delen van Amsterdam *armoede en geweldsdelicten* kennen. Zijn gemeenschappen van dit soort of andere problematieken bewust bij de doelgroep die hij of zij wil bereiken? (Zie paragraaf 1.6.2) Behalve dat er gekeken wordt naar doelgroep is ook de omgeving een belangrijk aspect. In hoeverre kijkt men naar de *omgeving*? Je kunt dan denken aan *armoede*, zijn er in de omgevingen verschillende andere gemeenschappen die bijvoorbeeld *cultuur* gebonden zijn. Maar ook aan *andere organisaties* die actief zijn in die omgeving. Met wie werken ze samen en waarom werkt men samen? (Stoppels 2017: 108)

Deelvraag 2: Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van contact leggen?

De tweede deelvraag houdt zich bezig met *contacteren*, het in contact treden met een doelgroep. Er komen hier verschillende aspecten naar voren. Wat voor *media* gebruikt men om contact te leggen? Gebruikt men *social media* of gaat men de straat op? Wanneer men gebruik maakt van social media, wat wil men dan uitdragen? Hoe *presenteert* men zichzelf? Dit heeft deels ook te maken met de eigen identiteit. Wat wil men van zichzelf aan de buitenwereld laten zien? Hoe profileert men zich en op welke wijze uit men dit vervolgens? Ook een belangrijk aspect van deze deelvraag is wie men heeft gecontacteerd bij het tot stand komen van de activiteit. Wat is de *rol van de lokale kerk*, is er een directe lijn te trekken naar de kerk waaruit deze activiteit of gemeenschap is ontstaan? In hoeverre hebben deze uitgangspunten vervolgens invloed op de wijze waarop je naar buiten treedt? Andere aspecten die in deze deelvraag zitten zijn in hoeverre men *rekening houdt met de doelgroep* die men voor ogen heeft. In hoeverre houdt men rekening met keuzes bij bijvoorbeeld activiteiten en diensten? Hierbij sluit aan de *belevingswereld* en *cultuur* van een specifieke doelgroep zoals in het theoretische kader beschreven is (Zie paragraaf 1.6.1). Houdt men hiermee rekening of speelt men juist in op de vragen van deze doelgroep?

Deelvraag 3: Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van verbinding maken.

In *verbinding of binding* zitten aspecten van iets *vastleggen*. In dit geval is het relevant hoe andere christelijke gemeenschappen jongeren aan hun activiteiten binden.

Dus dat er op een bepaalde manier contact met hen wordt gemaakt dat jongeren besluiten om vaker langs te komen. Vanuit de literatuur (Stoppels 2017: 105) wordt ook wel gesproken over *evangelisatie*. Welke rol speelt het overbrengen van het *christelijke geloof*? Welke rol krijgt de transformatische werking van het evangelie bij deze gemeenschappen? Literatuur wijst op een spanning tussen aansluiting vinden bij de doelgroep en blijven bij je *eigen identiteit in Christus*. Welke weg bewandelen christelijke gemeenschappen en hoe maken zij hier keuzes in? Past men de activiteiten volledig, deels of helemaal niet aan bij de doelgroep? Hierbij komt ook het doel van de gemeenschap en activiteiten kijken. Wat is de achterliggende reden dat men hieraan begonnen is? *Welke normen en waarden* wil men hanteren? Dit sluit allemaal aan bij *identiteit*, wat ik hierboven noemde. Een belangrijk aspect bij verbinding maken met een doelgroep is de *eigen geschiedenis*. Hoe jij als persoon gevormd bent. In hoeverre heeft dit invloed op de verbinding maken met de doelgroep? Kan deze geschiedenis een positieve of negatieve uitwerking hebben? Maar ook omgekeerd, hoe ga jij als werker om met de geschiedenis van een potentieel lid? Hoe zorg je ervoor dat die binding van twee kanten komt? (Borgman 2015: 124). Wanneer die binding er is, hoe zorg je als gemeenschap dat deze *blijvend* is zodat leden blijven komen? Sommige literatuur geeft aan dat je dit kunt bewerkstellen door leden verantwoordelijk te maken van een onderdeel, door hen hierin te betrekken en mensen op de juiste plek te zetten (Van der Molen 2008: 121-128).

2.4. Interviewschema

Voor u ligt het interviewschema. Hierin worden aspecten nader toegelicht in de constructie van het interviewschema. Vervolgens wordt ingegaan op de instructies voor het stellen van de vragen, doorvraaginstructies, de volgorde van vragen en het vastgestelde interviewschema.

2.4.1. Constructie interviewschema

Zoals in het onderzoeksvoorstel is te zien, zijn er verschillende begrippen uit de vraagstelling voortgekomen. Dit zal hier niet nogmaals worden toegelicht. De begrippen waaruit de vragen voortkomen zijn dezelfde begrippen als die zijn toegelicht in paragraaf aspecten van deelvragen (zie paragraaf 2.3.3).

In dit schema is inzichtelijk gemaakt waar de interviewvragen vandaan komen:

Begrip	Theoretische dimensie	Aspect	Interview vragen
Identiteit	Wordingsgeschiedenis en eigen identiteit	Eigen context Normen en waarden	Hoe/waarom bent u begonnen met deze pioniersplek/gemeenschap? Wat is de rol van kernteam/kerkenraad/voorgangers/oudsten? Wat is de invloed van je eigen geschiedenis op dit werk? Waar staat jullie gemeenschap voor? Wat zijn de kernwaarden?
Identificeren	De ander	Context Problematieken Omgeving Organisaties	Wat hebt u gedaan om jongeren uit de wijk/buurt in beeld te krijgen? Hoe zou u de doelgroep in uw wijk/buurt omschrijven? In hoeverre maakt u een keuze wie u wilt bereiken met uw activiteiten? En hoe maakt u deze keuze? In hoeverre heeft de demografie van jullie wijk/omgeving invloed op jullie activiteiten en identiteit? Wat is de rol van de omgeving? Hoe werkt u samen met andere organisaties in de omgeving? Wat is de rol van de lokale kerk?
Contacteren	In contact komen	Contacteren Media Presentatie Belevingswereld Cultuur	Hoe probeert u in contact te komen? Wat heeft u gedaan om bekendheid te krijgen? Wie heeft u in het begin gecontacteerd en waarom? Hoe maakt u gebruik van social media? Hoe profileert/presenteert u zich naar de buitenwereld/doelgroep? Hoe speelt u in op de belevingswereld van deze doelgroep? Hoe houdt u rekening met cultuur?
Verbinden	Binding met gemeenschap	Binding Christelijk geloof Blijvend	Hoe zorg je ervoor dat mensen betrokken raken bij jullie activiteiten? In hoeverre speelt evangelisatie een rol? Welke rol speelt het christelijk geloof wanneer het gaat om de verbondenheid met de gemeenschap? Wat doen jullie eraan dat leden steeds blijven komen?

			Hoe zorgen jullie ervoor dat er een hechte gemeenschap ontstaat?
--	--	--	---

Figuur 14: Interviewschema.

2.4.2. Instructies bij stellen van vragen

Vraag 1: Hoe/waarom bent u begonnen met deze pioniersplek/gemeenschap?

In deze vraag kan er gekeken worden naar de motivatie die ook verbonden kan zijn aan de eigen identiteit.

Vraag 2: Wat is de rol van kernteam/kerkenraad/voorgangers/oudsten?

Bij deze vraag worden er eigenlijk twee dingen gevraagd. Ten eerste wat de rolverdeling is in de gemeenschap en als tweede wat de achterliggende visie van deze verdeling is.

Vraag 3: Wat is de invloed van uw eigen geschiedenis op dit werk?

Wat is de eigen persoonlijke levensgeschiedenis en in hoeverre heeft dit in zowel de positieve als de negatieve zin invloed?

Vraag 4: Waar staat uw gemeenschap voor?

Dit is een vraag naar de normen en waarden van de gemeenschap. Wat vinden zij belangrijk en ook wat juist niet?

Vraag 5: Wat zijn de kernwaarden?

Het doel van deze vraag is om in enkele zinnen de kern van deze gemeenschap te pakken te krijgen. Vanuit welke waarden doen zij hetgeen zij doen?

Vraag 6: Wat hebt u gedaan om jongeren uit de wijk/buurt in beeld te krijgen?

Hoe heeft men de context in beeld proberen te krijgen? Wat heeft men gedaan om uit te zoeken wie zij wil bereiken en wie er allemaal nog meer in beeld zijn?

Vraag 7: Hoe zou u de doelgroep in uw wijk/buurt omschrijven?

Naar eigen context, wie is je doelgroep en hoe kun je deze omschrijven? Wie hebben zij in beeld? Ook in hoeverre is men bezig met het identificeren van de omgeving?

Vraag 8: In hoeverre maakt u een keuze wie u wilt bereiken met uw activiteiten? En hoe maakt u deze keuze?

Wanneer men naar de context heeft gekeken, in hoeverre heeft is er dan invloed op verdere activiteiten? Hoe wordt hiermee omgegaan en hoe maakt men zelf een keuze?

Vraag 9: In hoeverre heeft de demografie van uw wijk/omgeving invloed op uw activiteiten en identiteit?

Dit is een vervolg op vraag 8. In hoeverre heeft men geen keuze en is het eerder dat men in een richting wordt geduwd door de context, die vervolgens invloed heeft op

activiteiten en identiteit. Wordt men door omstandigheden gedwongen wel of niet bepaalde dingen te doen?

Vraag 10: Wat is de rol van de omgeving?

Heeft de omgeving ook invloed op het soort mensen dat er woont? Wat merken zij daar zelf van?

Vraag 11: Hoe werkt u samen met andere organisaties in de omgeving?

Heeft men andere organisaties in beeld, in hoeverre is er contact met hen en werkt men samen?

Vraag 12: Wat is de rol van de lokale kerk?

Wanneer er sprake is van een lokale kerk, welke rol speelt die bij het in beeld krijgen van doelgroep?

Vraag 13: Hoe probeert u in contact te komen?

Wat wordt eraan gedaan om in contact te komen met de doelgroep die men voor ogen te komen?

Vraag 14: Wat heeft u gedaan om bekendheid te krijgen?

Hoe zorgt een gemeenschap ervoor dat zij zelf onder de aandacht komt van anderen?

Vraag 15: Wie heeft u 'in het begin' gecontacteerd en waarom?

Bij deze vraag staat eigenlijk centraal hoe men van start is gegaan. Hoe is men te werk gegaan om in contact komen en waarom op deze manier?

Vraag 16: Hoe maakt u gebruik van social media?

Bij deze vraag wil ik graag inventariseren op welke manier men gebruik maakt van social media zoals Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.

Vraag 17: Hoe profileert en presenteert u zich naar de buitenwereld/doelgroep?

Hierbij is belangrijk om de reden te weten. Wat wil men dat de buitenwereld van hen ziet en misschien ook wat men niet wil laten zien?

Vraag 18: Hoe speelt u in op de belevingswereld van deze doelgroep?

Bij deze vraag wordt er een beeld geschetst wat de gemeenschap er allemaal aan doet om rekening te houden met de doelgroep die zij wil bereiken. Het is ook belangrijk om zich hierbij af te vragen of er een effect is en hoe dit gemerkt wordt.

Vraag 19: Hoe houdt u rekening met cultuur?

Dit is een vervolg op vraag 18. In dit geval gaat het om een specifiek kenmerk van een doelgroep, de achtergrond van een cultuur. Deze kan zich uiten in de vorm van etniciteit, maar ook in subculturen (vegan, rocker, etc.)

Vraag 20: Hoe zorg u ervoor dat mensen betrokken raken bij uw activiteiten?

Betrokkenheid is een kernvraag. Het is belangrijk om hier door te vragen.

Wat doet men eraan om mensen intrinsiek te motiveren voor het programma wat er aangeboden wordt? Nog belangrijker: hoe zorgt men ervoor zich verbonden te blijven voelen aan de gemeenschap en daarbij ook aan de activiteit zodat zij er iedere keer bij zijn?

Vraag 21: In hoeverre speelt evangelisatie een rol?

De kern van deze vraag is dat wij graag willen weten in hoeverre het gaat om 'zielen' winnen? In hoeverre gaat het om een christelijke boodschap overbrengen en mensen op die manier overtuigen om betrokken te raken of is er sprake van een puur maatschappelijk gebeuren?

Vraag 22: Welke rol speelt het christelijk geloof wanneer het gaat om de verbondenheid met de gemeenschap?

Dit is een vervolgvraag van vraag 21. Gaat het bij gemeenschap-zijn om de christelijke boodschap (het lijden, sterven en de opstanding van Jezus) of is het vriendschappelijk met elkaar optrekken en samen op een sociale, maatschappelijke manier uiting geven aan een gemeenschap te zijn?

Vraag 23: Wat doet u eraan dat leden steeds blijven komen?

Het antwoord op deze vraag is eigenlijk een opsomming van zaken die verklaren hoe het komt dat leden zich verbonden voelen.

Vraag 24: Hoe zorgt u ervoor dat er een hechte gemeenschap ontstaat?

Dit is een vervolgvraag van vraag 23. Dat mensen steeds blijven komen, betekent niet automatisch dat er een hechte gemeenschap is. Hoe zorgt men ervoor dat mensen zich onderling met elkaar verbonden voelen. Dus dat men niet steeds alleen naar activiteiten komt, maar dat er ook onderling binding ontstaat.

2.4.3. Volgorde van vragen en interviewschema

Volgorde van vraag onderwerpen:

- Identiteit
- Identificeren
- Contacteren
- Verbinden

Identiteit

Vraag 1: Hoe/waarom bent u begonnen met deze pioniersplek/gemeenschap?

Vraag 2: Wat is de rol van kernteam/kerkenraad/voorgangers/oudsten?

Vraag 3: Wat is de invloed van uw eigen geschiedenis op dit werk?

Vraag 4: Waar staat uw gemeenschap voor?

Vraag 5: Wat zijn de kernwaarden?

Identificeren

Vraag 6: Wat hebt u gedaan om jongeren uit de wijk/buurt in beeld te krijgen?

Vraag 7: Hoe zou u de doelgroep in uw wijk/buurt omschrijven?

Vraag 8: In hoeverre maakt u een keuze wie u wilt bereiken met uw activiteiten? Hoe maakt u deze keuze?

Vraag 9: In hoeverre heeft de demografie van uw wijk/omgeving invloed op uw activiteiten en identiteit?

Vraag 10: Wat is de rol van de omgeving?

Vraag 11: Hoe werkt u samen met andere organisaties in de omgeving?

Contacteren

Vraag 12: Wat is de rol van de lokale kerk?

Vraag 13: Hoe probeert u in contact te komen?

Vraag 14: Wat heeft u gedaan om bekendheid te krijgen?

Vraag 15: Wie heeft u “in het begin” gecontacteerd en waarom?

Vraag 16: Hoe maakt u gebruik van social media?

Vraag 17: Hoe profileert/presenteert u zich naar de buitenwereld/doelgroep

Verbinden

Vraag 18: Hoe speelt u in op de belevingswereld van deze doelgroep?

Vraag 19: Hoe houdt u rekening met cultuur?

Vraag 20: Hoe zorgt u ervoor dat mensen betrokken raken bij uw activiteiten?

Vraag 21: In hoeverre speelt evangelisatie een rol?

Vraag 22: Welke rol speelt het christelijk geloof wanneer het gaat om de verbondenheid met de gemeenschap?

Vraag 23: Wat doet u eraan dat leden steeds blijven komen?

Vraag 24: Hoe zorgt u ervoor dat er een hechte gemeenschap ontstaat?

2.5. Evaluatie onderzoeksmethodieken

In deze paragraaf wordt de methodiek van het onderzoek geëvalueerd. Het zal geëvalueerd worden aan de hand van de volgende punten: betrouwbaarheid en validiteit.

2.5.1. Betrouwbaarheid

Dit is een kwalitatief onderzoek, wat betekent dat er gebruik is gemaakt van interviews. Hierdoor zijn de uitkomsten zeer afhankelijk van de inbreng van de respondenten. De kwaliteit en betrouwbaarheid van dit onderzoek is hiermee afhankelijk van situatie en tijd. Desondanks kan de kwaliteit van het onderzoek gewaarborgd blijven door een degelijk theoretisch kader dat het fundament vormt van dit onderzoek. Alle activiteiten staan

genoteerd en de interviews die zijn opgenomen, zijn omgezet in transcripties en vervolgens gecodeerd. Aan de hand van deze coderingen kunnen er conclusies getrokken worden en zijn de data makkelijker te controleren. Naast de interviews en de verwerking is er regelmatig contact geweest met een onderzoeksbegeleider die ook zijn invloed hierin had.

2.5.2. *Validiteit*

In dit onderzoek is er rekening gehouden met zowel de interne als externe validiteit. Interne validiteit heeft te maken met de context van de respondenten. Respondenten hebben een persoonlijke mening, visie, achtergrond en hebben een eigen geschiedenis. Respondenten waren vrij om zelf te kiezen waar zij de interviews wilden houden. In de meeste gevallen gebeurde dat op hun werkplek. Dit sluit aan op de hoofdvraag van dit onderzoek. De respondenten waren niet terughoudend bij de interviews, hetgeen het doorvragen en het verloop van het proces vergemakkelijkte. Wel waren er een aantal respondenten die graag anoniem wilden blijven in verband met hun werk. Het interviewschema was voor iedere respondent hetzelfde, maar door de opzet kon het gesprek soms een andere kant opgaan. Er is getracht een neutrale vraagstelling aan te houden door insinueren te vermijden.

Naast interne validiteit zijn er ook nog de onderzoeksresultaten. De externe validiteit probeert deze resultaten te generaliseren naar de beoogde populatie. Bij een kwalitatief onderzoek gaat er het niet om cijfers te presenteren. Wel kan er inhoudelijk een lijn getrokken worden. Inhoudelijk waren respondenten op veel punten eenduidig of waren er overeenkomsten. Daarnaast is er rekening gehouden met de variatie in denominaties, functie en de wijk waar men werkzaam is. Het onderzoek doet een beroep op de openheid van de respondenten over hen persoonlijke ervaring. Hierdoor bestaat er een kans dat potentiële respondenten het verzoek tot een interview weigeren.

2.5.3. *Methodiek*

Data zijn verzameld door semigestructureerde interviews. Deze interviews zijn afgenomen aan de hand van een interviewschema dat thematisch van opzet was. Het schema is gebaseerd op het literatuuronderzoek en de hoofd- en deelvragen. Tijdens de interviews werd duidelijk dat het interviewschema niet altijd alles dekte. Bij doorvragen kwam er soms een thema ter sprake dat oorspronkelijk niet was opgenomen. Identiteit was zo'n voorbeeld, in latere interviews werd dit thema vervolgens toegevoegd. Doordat dit semigestructureerd interviews waren, was er veel ruimte en kon het makkelijker een andere wending nemen. Naarmate het onderzoek vorderde, werd het interviewschema meer uitgewerkt en kon meer stil gestaan worden bij bepaalde thema's.

3. Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk zal er gekeken worden naar de resultaten van het onderzoek. Deze resultaten zullen worden opgedeeld in een aantal thema's. Het doel van deze paragraaf is om de informatie die uit de interviews is gekomen duidelijk weer te geven.

3.1. Response van respondenten

Er hebben zeven respondenten meegewerkt aan het onderzoek. Het vinden van respondenten bleek moeizaam. Dit had een aantal redenen. Dit zal ik puntsgewijs toelichten, omdat het dan overzichtelijker is. Dus dit had een aantal redenen:

- Er moesten keuzes gemaakt worden op het gebied van geografie
- De respondenten moesten werkzaam zijn in gemeenschappen in Amsterdam (is dit niet dezelfde reden als hierboven? De geografie?)
- De gemeenschappen moesten zich richten op jongeren tussen de 15 en 30 jaar.

En, hoewel dit niet daadwerkelijk bevestigd wordt, lijkt missionair gemeente zijn een gevoelig thema voor de gevestigde kerk. De respondenten zijn gevonden door middel van Social Media en mail, op die manier zijn alle zeven respondenten gevonden. Een aantal respondenten wilde anoniem blijven, maar de kerk mocht wel met naam vermeld worden.

3.2. Resultaten

Hieronder zijn de resultaten te vinden van de interviews. Zoals aangegeven wilde een aantal respondenten anoniem blijven en zodoende is er besloten de respondenten, indien nodig, anoniem te vermelden.

Hieronder vindt u een opsomming van respondenten die geïnterviewd zijn en wat hun functie is:

Denominatie	Naam (gemeenschap)	Functie	Naam
Baptisten	Baptisten gemeente "De Verbinding"	Jongerenwerker (vrijwilliger)	Respondent 1
Evangelisch	C3 Church	Jongerenwerker (vrijwilliger)	Respondent 2
RKK	Sant 'Egidio	Jongerenwerker (vrijwilliger)	Respondent 3
PKN	Pionieren In Amsterdam	Coördinator pionieren in Amsterdam	Respondent 4
PKN	Heilig Vuur West	Pionier	Respondent 5
PKN	De Kwekerij	Pionier	Respondent 6
PKN	Thuis in Zuidoost	Voorganger	Respondent 7

3.2.1. Identificeren

Alle zeven respondenten geven aan dat bij het starten van nieuwe activiteiten er altijd gekeken wordt voor wie zij dit willen organiseren en of dit aansluit bij de identiteit van de kerk. Een aantal respondenten gaf aan dat dit gestructureerd gebeurt, bijvoorbeeld door dit daadwerkelijk schriftelijk in een plan te formuleren als 'Thuis in Zuidoost'. Anderen gaven aan meer 'ad hoc' te functioneren; Wanneer zij ergens nood of een vraag zien, dan spelen zij hierop in. Een voorbeeld hiervan zijn activiteiten die georganiseerd worden door Sant'Egidio. Veelal wordt er bij Sant'Egidio niet gekeken naar de doelgroep die de gemeenschap wil bereiken, maar worden er onder andere activiteiten voor de vrede gerealiseerd. Er wordt hiermee niet zozeer naar doelgroepen gekeken, maar naar idealen. De werker van Sant'Egidio zegt: "Wij vinden het heel belangrijk om te weten waar wij voor staan. Sant'Egidio vindt vrede in deze wereld heel belangrijk. Daarom dat wij in onze activiteiten met name bezig zijn met dit punt van onze identiteit. Wij zijn hier heel bewust van en communiceren dit ook naar buiten toe."

Zoals genoemd vindt het overgrote deel van de respondenten het belangrijk om de doelgroep in beeld te krijgen. De Baptisten gemeente in Amsterdam vertelt dat er weleens activiteiten worden georganiseerd voor de buurt, maar dat er niet concreet onderzoek is gedaan naar wie er nu er in de buurt woont. Ze zien inmiddels wel de noodzaak hiervan. Respondent 2 van de Baptisten gemeente ziet wel in dat de activiteiten minder efficiënt worden omdat zij niet goed in beeld hebben wie er in de buurt woont en is het ook onduidelijk wie bereikt wordt.

Respondent 2 van C3 in Amsterdam vertelt dat zij als gemeente redelijk in beeld hebben wie ze willen bereiken, maar tegelijk willen zij hier niet aan vasthouden, omdat ze er voor

Iedereen willen zijn. Hun activiteiten zijn gericht op de ‘armen’ die in de directe omgeving wonen. Zo bieden ze bijvoorbeeld maaltijden aan. C3 zegt dat in Amsterdam Zuidoost veel mensen wonen die het financieel zwaar hebben. Door maatschappelijke hulp te bieden sluit je aan op de behoeften en wensen van deze mensen. Daarnaast is Amsterdam Zuidoost multicultureel en zijn er veel gezinnen van buitenlandse afkomst. Hierop spelen zij in door voor de kinderen leuke activiteiten aan te bieden. Voor de ouders - die vaak jong zijn - wordt een goed uitgedachte dienst aangeboden. De muziek moet in orde zijn, verschillende talen worden gesproken evenals de preek en daarnaast is er veel aandacht voor persoonlijke aandacht en ontmoeting. Ze vinden het belangrijk dat gezinnen zich thuis voelen. Om hun doelgroep in beeld te krijgen, gaan ze regelmatig de straat op om mensen eten en drinken aan te bieden om met hen in gesprek te komen. In deze gesprekken komen soms verhalen los waar zij iets mee kunnen doen.

Respondent 4 die pioniers coördinator is verteld:

“Om te beginnen moet je heel goed gaan luisteren naar de context en dat je van daaruit goed gaan luisteren naar God en naar je eigen hart ook. Want ja, wat ik gehoord heb van die en die resoneert met waar m’n eigen verlangens liggen, of waar m’n talenten liggen om ook verder te gaan met dingen. Maar met luisteren, daar begint het eigenlijk mee.”

Dat deed hij toen hij dominee was van de Jeruzalemkerk in Amsterdam. Hij begon niet eerst met doen, maar simpelweg met luisteren. Hij ging zich melden bij activiteiten in de buurt, hij liep een buurthuis binnen wanneer er een activiteit plaats vond, hij ging luisteren en raakte in gesprek met mensen. Daarnaast ging hij mee doen met activiteiten die in de omgeving plaatsvonden. Hierdoor werd hij bekend met de mensen die daar woonden en breidde hij zijn netwerk uit met die van een ander. Activiteiten lijken volgens respondent 4 niet meer gebonden te zijn aan mensen die in de buurt wonen. Wanneer je een activiteit begint en je succes wilt hebben, dan zullen mensen die zich binnen jouw netwerk begeven als eerste erop af komen. Maar het begint allemaal met luisteren. Het zou goed zijn om het eerste jaar te luisteren naar de behoeften van jongeren en in beeld te krijgen wat er al gedaan wordt.

Respondent 7, initiatiefnemer van Thuis in Zuidoost, geeft aan dat het heel belangrijk is om te putten uit het eigen netwerk, maar dat het ook goed is om daarbuiten te kijken: “Er zijn heel wat mensen die niet kerkelijk gebonden zijn, voor de meesten onzichtbaar, en die zich niet thuis voelen bij de migrantenkerken of de gevestigde kerk.” Het initiatief Thuis in Zuidoost probeert deze jongeren, die uit het oog verloren lijken te zijn, in beeld te krijgen. Locatie is dichtbij de studentencampus. Studenten willen graag een jong persoon voor zich hebben en niet een grijze dominee, zegt respondent 7 van Thuis in Zuidoost. Over het algemeen werkt het beter om jonge mensen zelf de activiteit te laten organiseren. Volgens respondent 7 laat de praktijk zien dat jongeren veelal weg blijven wanneer activiteiten georganiseerd worden door ouderen, omdat men de aansluiting

mist met jeugd en zal er uiteindelijk een generatiekloof ontstaan. Jongeren voelen zich dan weggejaagd door ouderen.

Respondent 7 is zijn gemeenschap begonnen omdat hij zag dat in de plaatselijke gemeente waar hij kwam bijna geen jongeren meer kwamen. Er was sprake van een generatiekloof. Jongeren konden zich niet vinden in de identiteit van de gemeente. Deze zelfde jongeren voelden zich ook niet thuis in de migranten gemeenten. Ik zag de behoefte aan een gemeenschap van studenten in Amsterdam Zuidoost en zo is Thuis in Zuidoost begonnen. Toen hij met dit project begon, is hij eerst rond gaan kijken en zag dat er veel studenten in de omgeving woonden vanwege een hogeschool in de omgeving. Hij vertelt dat hij eerst is gaan praten met een aantal van deze studenten en gaan nadenken wat hij voor hen kon doen. Dit rondkijken en luisteren zien wij ook terug bij andere respondenten.

Respondent 5, die met Heilig Vuur West veel doet voor armen in Amsterdam West, is eerst met haar team gaan kijken en luisteren welke noden er in de omgeving waren. Zij kwamen erachter dat mensen soms moeten slapen met een lege maag. Wat voor haar een reden was om activiteiten te combineren met een maaltijd.

Een heel ander geluid horen wij van de werker van C3 die enerzijds zegt dat men activiteiten aanpast op de doelgroep, maar anderzijds zegt zelf een visie te hebben. De werker vertelt: “Wij organiseren een mooie viering met hulp en inspiratie van God en vertrouwen op God dat dit uiteindelijk een succes wordt”

Weer een andere pionier, respondent 6, is een gemeenschap voor studenten begonnen genaamd ‘De Kwekerij’. Hij zag een andere behoefte bij de doelgroep die hij voor ogen heeft. Uitgangspunt moet niet zijn om studenten te bekeren, maar hoogopgeleiden te bereiken. Zijn gemeenschap heeft als doel heel dicht bij de belevingswereld te blijven van de gemiddelde student. Studenten zijn over het algemeen niet geïnteresseerd in een ‘zwaar’ christelijk verhaal, maar eerder in wetenschappelijke discussies en praktische tools hoe je als mens beter kunt worden.

De jongerenwerker van Baptisten gemeente in Amsterdam zegt het volgende: “Dus als we naar buiten gaan, gaan we niet voor een specifieke doelgroep. Maar we hebben wel groepjes die naar buiten gaan met het oog op een specifieke doelgroep.” Alle respondenten sluiten over het algemeen hierbij aan. In sommige gevallen is men bezig een bepaalde doelgroep te bereiken, maar men staat open voor iedereen.

3.2.2. Contacteren

De meningen zijn verdeeld over de manier hoe er contact gelegd moet worden. Eén respondent was van mening dat je niet actief mensen moet benaderen voor je activiteiten, men moet daar zelf op af komen. Wat je hoogstens zou kunnen doen is een poster ergens ophangen of een advertentie in de krant zetten. Veel respondenten

vertellen dat ze het moeilijk vinden om op mensen af te stappen en zetten daarom een activiteit op waar mensen zelf op af moeten komen. Respondent 4 daarentegen vertelt: “Je kunt het beste mensen uit het eigen netwerk benaderen. Hoe groter je netwerk, hoe meer bereik je hebt.” Vandaag de dag zijn netwerken breder. Je kunt door internet en social media veel makkelijker mensen bereiken die ver weg wonen. Soms ontstaan vriendschappen op kilometers afstand van elkaar door deze instrumenten. Vroeger kwamen mensen het dorp niet uit, social media hebben dit overgenomen in een soort digibuurt, aldus respondent 4. Respondent 4 stelt ook dat je er een berichtje uit kunt doen, wanneer je een groot netwerk hebt.

Vrijwel alle respondenten delen de mening van respondent 4. Sommige respondenten hadden een aanvulling wat betreft het in contact treden. Daarnaast noemt respondent 4 een ander punt wat met netwerken te maken heeft. Hij zegt, dat hij een verschuiving ziet naar social media zoals Youtube, Facebook, Instagram en Twitter. “Jongeren zijn veel vaker actief op deze platforms en komen daar veel vaker samen. Hierdoor is een netwerk soms internationaal en komen jonge mensen bij elkaar via een livestream en vormen gemeenschappen. Kerken zouden hier veel van kunnen leren en eigenlijk gebruik moeten maken van social media om met hen in gesprek te komen.”

De jongerenwerker van de C3 Church in Amsterdam zegt: “Jezus actueel maken in je eigen dagelijkse leven is heel belangrijk.” Deze werker merkt dat veel vaste leden zijn gekomen doordat ze door iemand zijn meegebracht. Ook zegt hij: “In het dagelijks leven komen we veel mensen tegen. Denk maar aan collega’s, vrienden, familie of voorbijgangers. Wij vragen van leden om actief in het dagelijkse leven te vertellen over onze gemeente en mensen uit te nodigen om langs te komen. Gemeenteleden gaan als bolletjes naar andere plekken om het evangelie daar te brengen en hen uit te nodigen voor bijeenkomsten of activiteiten. “Naast de dingen die je in het dagelijks leven kunt doen, besteedt deze gemeente veel tijd en aandacht aan straat evangelisatie. Zo delen ze eten en drinken uit en proberen ze op die manier in contact te komen met mensen op straat. Ze zien dat veel mensen in armoede leven en op deze manier komen ze in contact en is er een mogelijkheid om over geloof te praten.

Volgens de meeste van de respondenten is het belangrijk dat je rekening houdt met hoe je jezelf presenteert aan de buitenwereld en hoe activiteiten overkomen. Zo zegt respondent 6 van de Kwekerij dat een kerkviering of activiteit heel anders is wanneer je deze bij iemand thuis doet dan wanneer dit in een kerk gebeurt. Hij zegt: “In een kerk kom je bij het Heilige. De beelden, de muurschilderingen en de sfeer is heel anders in een kerk dan wanneer je dit ergens anders doet.” In sommige gevallen kan het heel erg helpen om een activiteit in een kerk te doen, in andere gevallen kan het een drempel vormen en juist mensen afstoten. Wanneer je iemand op het oog hebt om te contacteren, dan is dit een belangrijk punt waar men rekening mee moet houden. Volgens jongerenwerker van Baptisten gemeente is het zo dat je niet alleen rekening moet houden waar je iets doet, maar ook hoe je iets doet. Ouderen vinden een hand geven nog kunnen. Maar in sommige

culturen is het gewoon om mensen te omarmen. Vandaag de dag waarderen wel veel mensen om gezien en begroet te worden.

Begroeting bij binnenkomst van de gemeente wordt bij een aantal respondenten genoemd zoals de C3, Baptisten gemeente Amsterdam en de Evangelische gemeente Amsterdam. Respondent 3, die als vrijwilliger jongerenwerk doet bij Sant' Egidio, vertelt dat het belangrijk is bij een ontmoeting om bewust te zijn van je eigen taal. Voor veel mensen zijn dingen onbekend wanneer het gaat om de kerkelijke taal. Het kan veel mensen afschrikken, je kunt heel anders overkomen bij de ander dan dat je eigenlijk zelf wilt. Hierdoor ontstaat er een kloof tussen jou en de ander. Dit is dus ook zo met pamfletten, posters en websites. Maar ook met berichten over social media. Wanneer je religieuze teksten deelt kan dit het zowel aantrekken als afschrikken. Uiteindelijk zijn deze mediums vandaag de dag wel de manieren om jonge mensen te bereiken.

Wanneer het gaat om mensen bereiken op straat zegt de jongerenwerker van C3 en de werker van de Baptisten gemeente Amsterdam: "Het is essentieel dat wij niet alleen in ons gebouw blijven wachten op mensen, maar ook dat wij de straat op gaan."

Zij vertellen dat het belangrijk is om de 'blijde boodschap' ook gewoon aan mensen te vertellen. Vandaag de dag werkt het niet om dit te doen op een zeepkist, maar er zijn verschillende manieren, bijvoorbeeld door een sketch, voorstelling, of muziekstuk. Je moet hierbij rekening houden dat je aansluiting vindt bij het publiek. Het moet niet te religieus overkomen, je moet een doorgang zien te vinden naar de mensen. Soms is het ook gewoon creatief omgaan met de situatie, zegt de werker van Sant' Egidio: "Wij waren eens met een groep jongeren in het buitenland, in Italië, en we zagen heel wat arme en hongerige mensen om ons heen. Wij besloten toen om ter plekke eten wat wij bij ons hadden met deze mensen te delen en gezamenlijk te eten." De werker van de Baptisten gemeente vertelt aanvullend: "Om contact te leggen moeten wij enerzijds goed luisteren wat de behoeften en wensen zijn van anderen en anderzijds heel goed weten wie ik zelf ben en wat ik zelf geloof."

De jongerenwerker van C3 geeft aan dat ze het ook heel erg moeten hebben van de cultuur: "Wanneer wij met een groepje jongeren de straat op gaan dan is het belangrijk dat er herkenning is. Jongeren die wij meenemen komen zelf ook van de straat en zijn bekend met de cultuur, taal en gebruiken, hierdoor sluit je aan op de belevingswereld van hen". Dit aansluiten bij de cultuur en taal komt ook naar voren bij hetgeen respondent 6 van de Kwekerij vertelt: "Onze activiteit moet behalve laagdrempelig ook aansluiten op de belevingswereld van de jongeren die wij willen bereiken. Daarom dat wij bij de jongeren waar wij mee in contact willen komen niet staan te springen met onze Bijbel, maar dat we als eerste het gesprek zoeken en hen als uitgangspunt nemen".

Respondent 5 en 6 van Heilig Vuur West en de Kwekerij zien dat in het contact wat zij hebben met jongeren er een soort spiegel van hen wordt voorgehouden. Zij komen met de ander in contact die zijn eigen ideeën, normen en waarden heeft. Dit zorgt er vervolgens voor dat zij als gemeenschap naar zichzelf kijken, naar hun eigen normen en

waarden. Respondent 5 zegt daarom ook: “Door de ander leer je jezelf beter kennen. Maar ook, de ander leert zichzelf beter kennen door jou.” Ook vertelt respondent 5 dat zij in het contact wat zij met anderen heeft zichzelf beter is gaan leren kennen, maar ook gaat begrijpen dat het belangrijk is om concreet voor ogen te hebben waar je voor staat. Het is niet de bedoeling om de eigen normen en waarden overboord te gooien, maar deze staan wel onder invloed van anderen.

De werker van C3 heeft een andere mening. Hij is van mening dat hij als christen moet leven naar de wil van God, die hij kan vinden in de Bijbel. Wanneer zij als gemeenschap in contact komen met andere mensen dan is het belangrijk om sterk genoeg in je geloof te staan, dat je weet wat God van ons verlangt. In dit contact probeer je mensen te overtuigen van hetgeen God voor je heeft gedaan. Maar ook door je handel en wandel kun je mensen laten zien hoe God door je heen werkt. Deze transformatie die je hebt ondergaan kan je helpen om anderen te prikkelen om ook zo te worden. Uiteindelijk is het ook de bedoeling dat wij niet onze eigen ideeën, normen en waarden volgen, maar dat wij gelijkvormig worden aan Christus. De jongerenwerker van C3 vertelt dan ook dat hij minder van zichzelf uitgaat, maar dat hij het belangrijker vindt dat men gezamenlijk op zoek is naar God en Zijn wil. Ook zegt hij: “In onze activiteiten zullen wij niet snel ons willen presenteren als een gezellige groep mensen of ons heel sterk op het maatschappelijke richten. Wij zullen eerder benadrukken dat wij christenen zijn en de Bijbel navolgen.” Ook vertelt hij: “Wanneer ik in contact kom met iemand dan draai ik er natuurlijk niet omheen dat wij als gemeenschap een kerk zijn en daar komen om samen God te aanbidden. Ik vind het belangrijk dat mensen weten waar ik voor sta. Daarom is het dat ik mijn christelijke identiteit uitdraag”.

3.2.3. *Verbinden*

Een ander onderwerp dat ter sprake komt is hoe respondenten met hun gemeenschap ervoor zorgen dat die leden, waar ze contact mee hebben gemaakt, blijven komen. Twee respondenten geven aan dat zij ervoor zorgen dat het als een thuis moet blijven voelen. Een respondent vertelt dat zij niet zeker weet hoe ze dat kunnen bewerkstelligen en gebruikt hierbij de woorden: “Het blijft een gave van God.” We kunnen nooit zeker zijn of mensen zichzelf verbonden voelen of niet. De werker van de Baptisten gemeente zegt: “We kunnen op zijn minst hartelijk zijn tegen nieuwe mensen, enthousiast zijn en hen over Jezus vertellen.”

Respondenten geven aan dat het verbinden begint door zelf initiatief hierin te nemen, door jezelf voor anderen open te stellen. Twee van de respondenten noemen gebed een belangrijk punt, God kan het hart van anderen openen. Twee andere respondenten noemen dat er binding kan ontstaan door rekening te houden met de ander. Je hebt contact gemaakt en de ander gesproken, de volgende stap is om aan te sluiten bij de behoeften van die persoon. Bijna alle respondenten zijn van mening dat er geen formule

is voor echte binding. Wel dat je een aantal dingen kunt doen zodat er binding kan ontstaan. Respondent 4 noemt een netwerk als voorwaarde van binding. Vroeger voelden mensen zich verbonden aan een plaatselijke gemeenschap, terwijl vandaag de dag mensen zich via netwerken in een omgeving begeven. Respondent 4 stelt dat een geloofsgemeenschap ook een netwerk is, maar dat mensen in veel gevallen niet blijven hangen. Het is daarom belangrijk, misschien wel essentieel, dat je iets te bieden hebt waardoor deze mensen erbij willen horen, zegt respondent 4. De werker van C3 Church sluit hierbij aan: “mensen komen niet meer plichtsgetrouw naar de kerk, maar komen wanneer je hen ‘iets kunt bieden’. Respondenten noemen aandacht (gezien worden), spiritualiteit (verdieping of zelfontplooiing), samenzijn, familie en anderen helpen, de belangrijkste punten die mensen trekken tot een gemeenschap. Respondent 3 van Sant’ Egidio vertelt dat veel jongeren meehelpen en zich aan de gemeenschap committeren, omdat ze anderen met hun activiteiten kunnen helpen. Jongeren willen graag helpen en bij Sant’ Egidio krijgen ze die mogelijkheid.

De werker van C3 zegt dat veel mensen blijven komen, omdat de diensten goed georganiseerd zijn, er een hartelijke ontvangst is en je samen met anderen dingen kunt delen. Anderen respondenten geven aan dat mensen komen voor het programma dat aangeboden wordt. Mensen willen graag iets leren over persoonlijke groei, spiritualiteit en bepaalde thema’s. Een deel van de respondenten zegt dat het lastig is om een grote groep vaste leden te hebben. Ze zien vaak een vaste harde kern van mensen die vrijwel altijd komen en een andere groep van mensen die minder frequent deelnemen. Een ander belangrijk punt dat een aantal respondenten noemt, waaronder de jongerenwerker van C3, is ‘eigenaarschap’. Hij zegt:

“Mensen voelen zich eerder verantwoordelijk voor een gemeenschap wanneer zij er ook eigenaar van zijn. Dit betekent dat zij zelf betrokken worden bij de activiteiten en de organisatie ervan. Dit heeft allemaal voordelen. Zo heb je meer handen en neemt het last weg van de initiatiefnemer en blijven ze verbonden en betrokken met de gemeenschap. Wel vraagt dit in het begin meer werk van de initiatiefnemer. Het is namelijk soms moeilijk om vrijwilligers te vinden en je krijgt een andere rol, die van supervisor.”

Een aantal andere respondenten vertelt dat het belangrijk is om jongeren verantwoordelijk te maken van een activiteit. Door hen zelf ook hierin te betrekken kun je ervoor zorgen dat de activiteit beter aansluit bij de doelgroep. Jongeren die het leuk vinden om organisatorisch bezig te zijn, blijven een langere tijd actief omdat zij zich verantwoordelijk voelen. Respondent 3 van Sant’ Egidio gaat hierbij een stap verder:

“Er moet ruimte en vrijheid zijn voor jongeren om zelf met initiatieven te komen. Zo waren wij op reis met een aantal jongeren in Rome en constateerden wij dat er veel daklozen waren. De jongeren kwamen met het idee om gezamenlijk een maaltijd voor te bereiden voor deze daklozen, hen hiervoor uit te nodigen en

samen te nuttigen. Zij zijn in deze activiteit mede-eigenaar van de activiteit en als leiding ben je er om hen hierin te begeleiden en te helpen.”

De respondenten zijn van mening dat activiteiten het best georganiseerd kunnen worden door de jongeren zelf, met hulp van de leiding, maar dat de leiding zich inzet als een supervisor die de visie uiteenzet in samenspraak met de gemeente. Maar dat de leiding zich wel moet opstellen als een supervisor die de visie uiteenzet in samenspraak met de gemeenschap. Als jongerenwerker ben je steeds vaker betrokken als begeleider en steeds minder als uitvoerder. De jongerenwerker van Baptistengemeente zegt dat dit begeleiden heel belangrijk is:

“Wanneer je een groep jongeren hebt ben je steeds minder bezig met zelfactiviteit te organiseren, maar je rust hen uit om dit te doen. Dit begeleiden is tegelijk ook heel belangrijk voor de binding. Ze voelen zich dan niet in het diepe gegooid.”

De Kwekerij, Sant’ Egidio en Heilig Vuur West vertellen dat het niet alleen belangrijk is dat je als werker aandacht hebt voor jongeren, maar dat er ook ruimte is dat jongeren elkaar kunnen ontmoeten, dat ze zichzelf mogen zijn en betrokken zijn met elkaar. Deze onderlinge betrokkenheid is heel belangrijk, zeggen de werkers van Sant Egidio en E3. Deze vriendschappen zorgen er ook voor dat er een hechte gemeenschap ontstaat.

3.2.4. *Identiteit*

Naast identificeren, contacteren en verbinden kwam in de semigestructureerde interviews ook identiteit ter sprake. Dit heeft in de directe zin verbinding met de voorgaande punten.

Identiteit beschrijft de eigen ontwikkeling en geschiedenis die respondenten doormaken op het gebied van hun persoonlijke (geloofs)overtuiging en welke invloed dit heeft op de gemeenschap waar zij deel van uitmaken. Het gaat hierin met name over overtuigingen die invloed hebben op het identificeren, contacteren en verbinden van jongeren. Van de zeven respondenten geven vijf aan dat zij anders in het geloof staan dan voorheen en dat dit invloed heeft op het werk dat zij doen. Zij zijn ook van mening dat de Bijbel een essentieel onderdeel vormt van hun identiteit. Eén van de respondenten die behoort tot een Baptisten gemeente in Amsterdam zegt hier het volgende over:

“Zij zeggen allemaal tot nu toe, ja, maar wij geloven niet, hoor. Maar ondertussen willen ze wel met mij naar het klooster en gebeurt er van alles in hun leven. Blijkbaar is het me gelukt, in die bijbelklas, om te zeggen: “die Bijbel is onze bron” maar ik moet mezelf ook tot die bijbel verhouden. Hier ligt onze identiteit in dat boek. Dat is gewoon onze bron. Dus alles wat ik doe put ik hieruit, probeer ik hieruit te putten.”

Wel zien de respondenten hier een ontwikkeling in: zij zijn anders gaan kijken naar de Bijbel en passen deze anders toe dan voorheen. Bij het lezen en uitleggen van de Bijbel houden zij rekening met de context van de doelgroep die zij willen bereiken. Ook proberen zij aansluiting te vinden bij de huidige tijd. Verschillende respondenten vertelden dat zij ook een ontwikkeling in hun identiteit zien in de levensfase waarin zij zitten. Toen zij jong waren beleefden zij hun geloof op een andere manier en dit had ook invloed op de identiteit van de gemeenschap waar zij werkzaamheden verrichten. Dat kan zowel in positieve als negatieve zin invloed hebben.

Alle respondenten stemmen in dat het bewust zijn van het eigen geloof van essentieel belang is, ook om anderen te bereiken. Respondent 6, initiatiefnemer van de Kwekerij zegt in het interview:

“Missie, daar doen we niet aan. Dat heeft al zoveel kwaad bloed gezet. Uiteindelijk heb ik het weten om te buigen: wanneer het evangelie goed nieuws is voor mij, dan is dit ook goed nieuws voor een ander. Als het geloof iets goeds is mogen we het misschien ook wel uitdelen. Dat vind ik wel leuk, dat de gemeente die schakeling steeds meer maakt - ook door de tijd.”

Meerdere respondenten omschrijven een soortgelijk statement dat het in de identiteit ligt om anderen te bereiken. Zij gebruiken uitdrukkingen als: ‘Het is essentieel bij jezelf te beginnen en vandaaruit naar de ander gaan’ en ‘Door de jaren heen ben ik gevormd om de ander vervolgens te helpen’ en ‘Je draagt een kruis met je mee waarvan je bewust moet worden.’

Meerdere respondenten hebben moeite concreet hun identiteit te verwoorden. Zij noemen algemene begrippen als ‘bekering’, ‘roeping’, ‘over heel de aarde heengaan’, ‘dopen’, ‘voeden’ en ‘zorgen voor de armen en zieken’. In het bewust worden van hun identiteit merken sommigen dat het belangrijk is om het geloof te doordenken en dat dit continu in ontwikkeling is. Zij zien dat de verandering die ze doormaken invloed heeft op de rest van de gemeenschap. Uiteindelijk ervaren ze dit als een positieve ontwikkeling. Twee respondenten zien geen verandering in hun identiteit: “Het staat nog zo vast als een rots.” Ze zien wel dat de details wat ruimer zijn dan daarvoor: “Door in contact te komen met de ander, herontdek je jezelf” zegt respondent 5 van Heilig Vuur West.

Enkele van de respondenten erkennen dat ze het moeilijk vinden om een visie te vormen rondom de doelgroep die zij willen bereiken. Ze zien het als een roeping om er voor iedereen te zijn. Deze roeping zien zij terug in de Bijbel en dat durft men niet los te laten. Twee van de respondenten vertellen dat het afhankelijk is van de eigen gemeenschap welke doelgroep ze willen bereiken. Een jongerenleider van een Evangelische charismatische gemeenschap zegt: “De doelgroep van de kerk is ook afhankelijk van wie er in de kerk zit.” Een andere dominee van een gevestigde PKN-gemeente zegt

aanvullend: “De gemeente heeft een populatie die gemiddeld genomen vrij jong is. Dat is dus ook een beetje de golflengte waarop mensen zitten en we hebben wel gedacht van, nou, daar moet je je dus ook wel een beetje op richten, dat is het makkelijkste. Dan is er ook het snelste verbinding te maken.”

De meeste respondenten beamen dat het makkelijker is om hun eigen doelgroep aan te spreken, dan dat je een totaal nieuwe doelgroep wilt bereiken. Daarnaast is het bewustzijn van leeftijd, cultuur en identiteit van de eigen doelgroep essentieel om nieuwe leden te werven. Betreffende visie op geloofsgemeenschap geven twee respondenten aan dat zij hier anders over zijn gaan denken. Men had in het begin de visie dat een geloofsgemeenschap van onderaf moest beginnen, bij de mensen zelf, maar de ervaring leert dat in veel gevallen de leider initiatief moet tonen en de gemeenschap daarin mee moet nemen. De ene keer is het een succes en doen mensen mee, een andere keer moet het grotendeels door de leider zelf gedaan worden.

3.2.5. Samenvatting resultaten

Hieronder volgt een samenvatting van de belangrijkste punten die hierboven in de onderzoeksresultaten besproken zijn.

Respondenten zijn van mening dat ze afhankelijk zijn van de context en dat zij zich hieraan moeten aanpassen. Een belangrijk kenmerk is dat men moet beginnen met luisteren en kijken wie er in de omgeving woont en wie men uiteindelijk wil bereiken. De meeste respondenten vertellen dat men niet zomaar moet beginnen, maar dat je eerst heel duidelijk voor ogen moet hebben wie je wilt bereiken. Veel respondenten vertellen dat ze het moeilijk vinden om concreet te krijgen wie zij als gemeenschap willen bereiken, want als gemeenschap willen ze er het liefst naar streven iedereen te bereiken.

Op het gebied van contacteren merken veel gemeenschappen dat ze het moeilijk vinden om in contact te komen met de voor hen gewenste doelgroep. Ze zien allemaal de noodzaak om in contact te komen, maar ze weten niet hoe ze dit moeten doen. De respondenten vertellen dat het belangrijk is om je bewust te zijn van het beeld dat je als gemeenschap uitdraagt. Je kunt je als gemeenschap op verschillende manieren profileren. Het is daarom belangrijk om je bewust te zijn van welke taal je spreekt en de wijze waarop je communiceert.

Wanneer je als gemeenschap eenmaal contact hebt gemaakt met mensen en je graag wilt dat mensen blijven komen. Vrijwel alle respondenten zijn van mening dat je iets moet bieden waar mensen daadwerkelijk op af komen. Het participeren of verantwoordelijkheid hebben in een activiteit kan jongeren binden. Hoewel dit punten zijn die gemeenschapsvorming kunnen stimuleren, biedt dit geen zekerheid. Vaak is er een kleine kern van vaste leden en is er een grotere groep geïnteresseerden.

4. Conclusie

De respondenten in dit onderzoek zijn ondervraagd over identiteit, identificeren, contacteren en verbinden. Zij zijn afkomstig uit verschillende initiatieven van verschillende denominaties: de Protestantse Kerk Nederland, Baptisten, Rooms-Katholieke en Evangelische kerken. Door de verschillende achtergronden bestaan er ook heel diverse belevingen hoe het initiële probleem van binding aangepakt moet worden. Uit de antwoorden van respondenten die geïnterviewd zijn, kunnen verschillende conclusies worden gehaald vanwege deze diversiteit. Toch is er in het algemeen ook een rode lijn zichtbaar. Aan de hand van de interviews zijn er conclusies geformuleerd die antwoorden geven op de onderzoeksvragen en die conclusies zijn aanbevelingen voor Taizé in Amsterdam.

4.1. Beantwoording deelvragen

Om de hoofdvraag van dit onderzoek te kunnen beantwoorden zullen eerst de deelvragen beantwoord moeten worden. De antwoorden op deze deelvragen zullen samen het antwoord op de hoofdvraag vormen.

4.1.1. Identificeren

De eerste deelvraag luidt als volgt:

Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van identificatie?

De vraag hoe geloofsgemeenschappen hun doelgroep identificeren blijkt soms lastig. Het is opvallend dat veel respondenten aangeven dat zij zich geroepen voelen iedereen te bereiken en zich daarom niet willen richten op een bepaalde doelgroep of subcultuur. Ondanks dit gegeven blijkt deze vraag moeilijk te beantwoorden, maar er zijn wel conclusies te destilleren uit de gegeven antwoorden. Men boekt meer succes bij het opzetten en uitvoeren van activiteiten wanneer men bewust is wie men wil bereiken. De activiteit zal beter aansluiten bij diens belevingswereld.

Respondenten vertellen dat het in veel gevallen belangrijk is om eerst rond te kijken in de omgeving. Door te kijken en te luisteren kun je erachter komen welke noden er zijn. Bij dit luisteren is het ook belangrijk dat er gekeken wordt naar de activiteiten die in de omgeving al lopen. Je kunt als gemeenschap vervolgens iets aan deze activiteiten bijdragen. Daardoor kun je soms ook gebruik maken van netwerken van andere gemeenschappen, waarmee ook het eigen netwerk wordt uitgebreid.

Een andere aanpak is dat men eerst een activiteit gaat opzetten en vervolgens kijkt hoe die uitpakt. Men kijkt naar de resultaten en past vervolgens de activiteit weer aan. In deze

aanpak ligt de focus volgens de respondenten niet zozeer op de doelgroep, maar op de identiteit die men wil uitdragen. Een voorbeeld hiervan is de medewerker van de C3 Church die geïnterviewd is en zich met name richt op hoe hun activiteiten worden vormgegeven en pas later wordt bekeken hoe dit aansluit op de doelgroep.

4.1.2. *Contacteren*

De tweede deelvraag luidt als volgt:

Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van contact leggen?

Netwerken is belangrijk om in contact te komen met de ander. In het verleden was de plaatselijke gemeenschap belangrijk voor het contacteren. Je stond direct in contact met de plaatselijke buurt. Vandaag de dag is dit netwerk veel breder. Een netwerk of gemeenschap strekt zich niet meer zozeer uit tot een straat, buurt, dorp of stad, maar kan zich uitstrekken tot het gehele land of zelfs verder. Volgens respondenten moet je gebruik maken van het netwerk van anderen, hierdoor vergroot je ook je eigen netwerk doordat het netwerk van de ander toe te voegen.

In de communicatie moet je voorkomen dat je vakjargon of een eigen taal spreekt. Respondenten vertellen dat ze makkelijker mensen bereiken door op hun eigen niveau te communiceren. Bij het communiceren is het belangrijk dat je hier rekening mee houdt zodat er geen kloof of drempel ontstaat. Gemeenschappen waarmee gesproken is, doen dit door in hun communicatie bijvoorbeeld straattaal te gebruiken richting zwerfjongeren en gebruik te maken van jongeren die zich al begeven in hun gemeenschap en makkelijker met hen in gesprek kunnen gaan.

Het gebruik van zowel social media als mondelinge reclame wordt vaak genoemd als een belangrijke voorwaarde om nieuwe mensen te bereiken. Wanneer mensen enthousiast zijn over de boodschap die gepreikt wordt, dan zullen zij dit ook in het dagelijkse leven delen met mensen die op hun pad komen. Tevens is het gebruik van social media niet ongebruikelijk in deze tijd. Gemeenschappen worden vandaag de dag ook gevormd online op het internet en mediums zoals Youtube, Facebook, Instagram, Twitter zijn de plekken waar mensen met elkaar in gesprek komen.

4.1.3. *Verbinden*

De derde deelvraag luidt als volgt:

Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere christelijke gemeenschappen op het gebied van verbinding maken?

In de gesprekken die gevoerd zijn met de respondenten komen een aantal belangrijke punten naar voren wanneer het gaat om de binding met hun doelgroep. Belangrijke kernwoorden zijn: 'eigenaarschap', 'betrokkenheid' en 'toegankelijkheid'.

Over het eerste punt, 'eigenaarschap', vertellen respondenten dat activiteiten niet zozeer opgezet en volledig gedaan moeten worden door één persoon. Voor de binding werkt het beter dat dit gedaan wordt door de mensen zelf. Als initiatiefnemer kun je in het begin veel taken op je nemen, maar mensen voelen zich pas echt verbonden wanneer zij zelf invulling mogen geven aan de activiteit en daar uiteindelijk ook zelf voor verantwoordelijk zijn. Deze aanpak heeft een aantal voordelen en nadelen. De voordelen hiervan zijn dat je leden mede-eigenaar maakt, het neemt belasting weg van de initiatiefnemer en het bevordert de betrokkenheid. Tegelijk zitten er ook een aantal kanttekeningen aan deze aanpak. Het vraagt van de initiatiefnemer in het begin soms meer moeite om mensen te vinden die hieraan willen meewerken. Ook moet je als leider dit leiderschap kunnen delen met anderen. Je geeft heel wat uit handen en moet dit toevertrouwen aan anderen. Uiteindelijk neem je dan de rol aan van supervisor, die het geheel overziet.

Het tweede punt, 'betrokkenheid', sluit op het laatste punt van rolverandering aan. Er worden andere eigenschappen gevraagd van de initiatiefnemer en leider dan alleen het uitvoeren van taken. Je neemt meer een rol aan van supervisor of coach. Respondenten zeggen dat het daarom belangrijk is om betrokken te zijn met de mensen. Deze betrokkenheid komt vervolgens naar voren op verschillende manieren. Je bent minder bezig met taken en meer bezig met het trainen en toerusten van mensen. Verder ben je meer met hen in gesprek over hun persoonlijke groei.

Respondenten zeggen dat deze betrokkenheid niet alleen belangrijk is op het niveau van leiderschap, maar ook onderling. Het is belangrijk dat leden onderling betrokken zijn op elkaar. Je kunt dit zien als vriendschappen. Wil je graag dat er binding is, dan is het belangrijk dat mensen onderling betrokken zijn, om elkaar geven en samen met elkaar op pad gaan. Het is daarom belangrijk dat er ruimte is voor ontmoeting.

Het laatste punt is 'toegankelijkheid'. Respondenten geven aan dat toegankelijkheid een belangrijk punt is. Het gebeurt vaak genoeg dat activiteiten hoog-kerkelijk georganiseerd worden. Door deze activiteiten in kerkelijke taal, symbolen en rituelen ontstaat er een drempel. Met name voor nieuwe mensen kan deze drempel te hoog zijn. Er zijn ook andere punten die dit beïnvloeden, bijvoorbeeld de locatie van de activiteit. Wanneer een activiteit plaatsvindt in een kerk dan heeft dit een heel andere lading dan in een buurthuis of bij iemand thuis.

Een laatste belangrijke opmerking is dat respondenten nadrukkelijk van mening zijn dat er geen echt antwoord is te geven over hoe jongeren en jongvolwassenen blijvend te binden. Zoals hierboven al omschreven is, zijn er zaken die ertoe aanzetten dat zij kunnen blijven komen. Het belangrijkste is dat je hen iets te bieden hebt dat aansluit. Respondenten noemen vijf punten die zij het belangrijkste vinden: aandacht (gezien

worden), spiritualiteit (verdieping of zelfontplooiing), samenzijn, familie en anderen helpen.

4.1.4. Identiteit

Uit de interviews blijkt dat identiteit een belangrijk punt is. Dit punt is niet als deelvraag als zodanig geformuleerd, maar is nauw verbonden met de drie andere deelvragen. Vanwege de omvang is 'identiteit' apart beschreven.

Respondenten vertellen vrijwel allemaal dat ze het belangrijk vinden om aandacht aan hun identiteit te geven. Wanneer gevraagd wordt of zij dit uitdragen en hoe hier aandacht aan besteed wordt, blijkt dit een lastige vraag. Veelal wordt identiteit gerelateerd aan christen zijn. We zijn gelovig en hebben Jezus als Heer en daarom proberen we deze boodschap uit te dragen. Identiteit wordt op die manier transcendent, overstijgend, maar niet tastbaar en concreet.

Dat de identiteit op een abstracte manier wordt uitgedragen, is bijvoorbeeld terug te zien in activiteiten en beleid. Deze punten worden verder verduidelijkt. Soms heeft men moeite om een activiteit aan te bieden aan een doelgroep. Het is niet altijd even concreet wie men echt wil bereiken. In veel gevallen wordt nog wel nagedacht over leeftijd, maar minder aandacht is er voor cultuur, subcultuur of achtergrond. Aan de andere kant is er ook een groep die in activiteit en beleid juist wel probeert aan te sluiten bij de beoogde doelgroep. Maar dat men hierbij minder aandacht geeft aan het christelijke karakter. Men geeft aan dat dit soms niet altijd even goed uitpakt omdat dit ook wezenlijk onderdeel uitmaakt van de eigen identiteit. Hierdoor bereikt men niet altijd iedereen en verliest de activiteit haar christelijk karakter. Het lijkt dan eerder op een maatschappelijk initiatief en minder op een gemeenschap van gelovigen.

4.2. Beantwoording hoofdvraag

De deelvragen zijn opgezet om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden. Na de bespreking van de deelvragen, kan de hoofdvraag beantwoord worden.

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt:

Taizé in Amsterdam wil door Taizé in Amsterdam verbinding maken met jongeren en jongvolwassenen in Amsterdam Westerpark Wat kan Taizé in Amsterdam leren van andere (christelijke) geloofsgemeenschappen in Amsterdam hoe zij jongeren identificeren, contacteren en verbinding met ze krijgen?

Als eerste laten de resultaten van dit onderzoek zien dat context een belangrijke factor is. Afhankelijk van de situatie neem je als werker stappen. Geloofsgemeenschappen waarvan de werkers gesproken zijn, hebben verschillende fasen doorlopen om te komen waar ze nu zijn. We zien dat dit bij vrijwel alle geloofsgemeenschappen begint bij goed luisteren

en waarnemen. Wie wonen er in de omgeving, wat is hun sociale situatie en de (culturele/etnische) achtergrond?

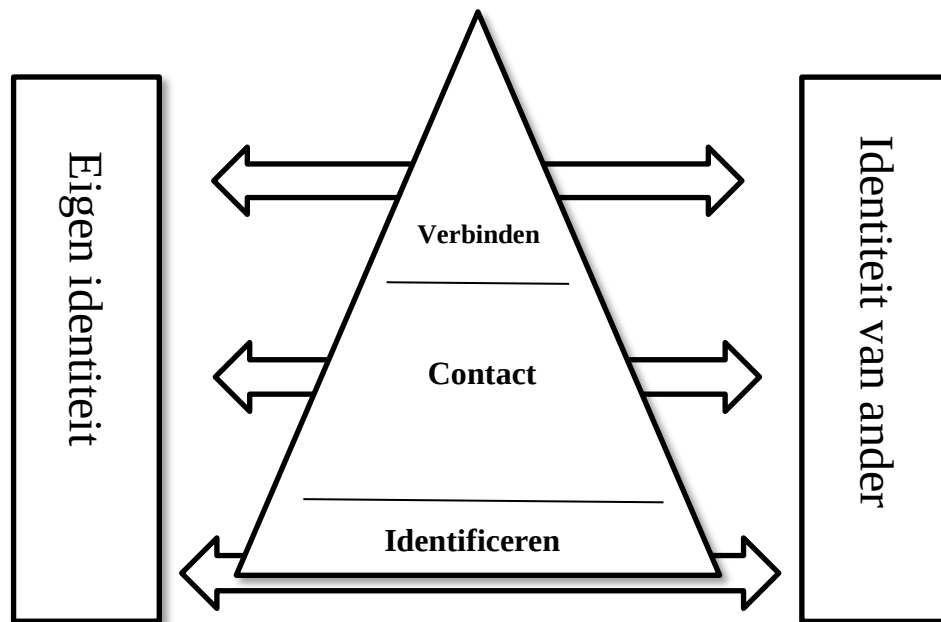
Daarnaast is het belangrijk om goed te kijken naar je eigen identiteit, je eigen sociale situatie en achtergrond. Welke geschiedenis draag je persoonlijk mee, wat geloof je zelf? Maar ook de identiteit van de gemeenschap is belangrijk om te onderkennen. Wat zijn de normen en waarden van de gemeenschap. Aan de hand van deze twee dingen, de ander en jezelf, kan er gekeken worden hoe dit een match kan vormen met de ander. Het is daarbij heel belangrijk dat je echt kijkt wie je wilt bereiken, welke doelgroep je voor ogen hebt. Dit moet niet alleen simpelweg een leeftijd zijn, maar moet verder reiken dan dat. Veel gemeenschappen geven aan hier moeite mee te hebben. Ze gaan vaker uit van inclusiviteit dan dat ze mensen uitsluiten. Een doelgroep bepalen is belangrijk voor de vervolg stappen. Wanneer het niet duidelijk is wie je wilt bereiken kun je niet effectief in contact treden met jongeren en jongvolwassenen. Ook activiteiten voorbereiden zal lastiger worden. Het is namelijk een groot verschil of je bijvoorbeeld te maken hebt met studenten of schoolverlaters.

De volgende stap is contact te leggen. Respondenten geven aan dat het belangrijk is om af te stappen op jongeren, maar dat hier toch weleens een soort schroom is om dit te doen. Je kunt op verschillende manieren contact leggen, persoonlijk op jongeren afstappen en flyereren met pamfletten. Maar als geloofsgemeenschap kom je er tegenwoordig niet onderuit om social media in te zetten. Je moet authentiek op het internet aanwezig zijn. Hoe er ook in contact wordt getreden met jongeren, je zal daarin rekening moeten worden gehouden hoe je dit doet. Per doelgroep zal dit verschillen afhankelijk van de leeftijd, cultuur, subcultuur of achtergrond.

Wanneer je een activiteit bent begonnen en er komen jongeren op af, hoe zorg je ervoor dat deze blijven? Het is belangrijk dat je dan iets te bieden hebt. Respondenten noemen een vijftal punten die zij het belangrijkste vinden: aandacht (gezien worden), spiritualiteit (verdieping of zelfontplooiing), samenzijn, familie en anderen helpen. Afhankelijk van de doelgroep kun je de focus op één of meerdere van deze punten leggen. Het kan afhankelijk van de context zelfs zo zijn dat de doelgroep behoefte heeft aan andere zaken.

Tot slot wil ik nog extra stil staan bij de eigen identiteit als je alle drie de stappen doorloopt die besproken zijn. Je moet concreet voor ogen hebben waar je vanuit werkt, dit moet in feite net zo helder zijn als wie je wilt bereiken. Het is dus belangrijk om je bewust te zijn van je overtuigingen. Deze overtuigingen zullen op enige wijze moeten matchen met de overtuiging van de doelgroep. De doelgroep draagt net als de gemeenschap een geschiedenis, normen en waarden met zich mee.

De bovenstaande hoofdvraag en deelvragen zouden samengevat kunnen worden in een model, waarbij de identiteiten verbonden worden.



Figuur 15: Model van de centrale vraagstelling © Kasper Koekenbier. 2019

Wil je de ander kennen, leren kennen en blijven kennen dan is het belangrijk om steeds te kijken wie die ander is. Het bovenstaande model, dat naar aanleiding van dit onderzoek is ontstaan, wordt gevormd door een piramide en twee balken. Bij het identificeren, contact leggen en verbinding maken ben je continue bezig met reflecteren op wie je nu eigenlijk zelf bent. Welke geschiedenis draag ik mee, wat is mijn identiteit? Naast dat je steeds bezig bent met je eigen identiteit, is de identiteit van de ander essentieel. Deze twee houd je steeds tegenover elkaar. Bij het bepalen en identificeren van een doelgroep, kijk je ook naar wie je zelf bent. Wat zijn je normen en waarden? Maar ook, wat zou je hun te bieden kunnen hebben? Vervolgens ga je in deze fase kijken wie er nu eigenlijk in de omgeving woont. Welke geschiedenis, normen en waarde dragen zij met zich mee? In mijn interviews is het volgende proces steeds opgevallen: gemeenschappen zijn altijd bezig met zichzelf én met de ander. Maar het valt mij ook op dat plekken die het wat moeilijker hebben, niet meer bezig zijn met dit proces van reflectie. Bij het contacteren zijn ze bijvoorbeeld heel erg bezig met de eigen identiteit, maar niet met de identiteit van de ander. Hierdoor gaat het contact leggen niet efficiënt. Er is hier veel meer over te zeggen, maar dit is eigenlijk een onderwerp voor een vervolgonderzoek.

5. Discussie

De conclusie uit het vorige hoofdstuk heeft antwoord gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek. Het antwoord komt voort uit de opgezette onderzoeksmethode, theoretisch kader en de onderzoeksresultaten. In dit hoofdstuk zal er kritisch gekeken worden naar de uitvoering van deze onderdelen het onderzoek.

5.1. Theoretische waarde

Het huidige onderzoek is een aanvulling op de bestaande literatuur over gemeente stichting in grote steden, omdat deze studies geen conclusies hebben gegeven over hoe gemeenschappen in een stedelijke setting jongeren identificeren, contacteren en verbinden. Veel literatuur refereren hun studie op de Bijbel. De uitkomsten van die onderzoeken komen op verschillende vlakken overeen met de conclusies die in dit onderzoek worden getrokken. Verschil is alleen dat dit onderzoek het grootste deel richt op de praktijk en conclusies trekt aan de hand van praktijkervaring. Door de opzet van dit praktische onderzoek kan dit een aanvulling zijn op bestaande literatuurstudies die zich richten op dit thema. Deze scriptie is een bundeling van ervaringen. Op basis van deze scriptie zouden “christelijke” gemeenschappen in het vervolg vooral moeten inzetten op contextualiseren van de eigen context en die van de omgeving. Het is belangrijk dat zij een zo concreet en duidelijk beeld hebben over hun eigen context en geschiedenis. Daarnaast is het ook essentieel dat zij bewust zijn van de context waarin zij zich begeven en hun leden willen werven. Welke sociale en geestelijke noden spelen er, het is belangrijk dat je heel goed in beeld hebt wie die ander is. Hierbij moet wel rekening gehouden worden dat dit onderzoek zich uitsluitend heeft gefocust op ervaringen van een aantal gemeenschappen en dat de stappen die zij hebben genomen om bepaalde doelen te behalen afhankelijk zijn van verschillende factoren, hierdoor krijgen andere gemeenschappen in een andere context mogelijk andere uitkomsten. Om deze reden kan er geen uitspraak gedaan worden over het algemeen.

Theologisch gezien heeft deze scriptie verder zijn relevantie in het feit dat deze niet alleen bij de Bijbel blijft. Maar dat het kort ervaringen van verschillende gemeenschappen samenvat en hier waarde aan geeft. In de literatuur wordt er gesproken over contextualiseren. Hoe men rekening moet houden met de omgeving en de eigen geschiedenis. Maar dit praktijkonderzoek vult dit aan door verhalen uit de praktijk.

5.2. Methodische evaluatie

5.2.1. Steekproef

Dit onderzoek heeft zich ten doel gesteld om te beschrijven wat andere gemeenschappen doen in hun situatie bij het jongerenwerk. Het heeft zich gericht op een kleine populatie

van kerkelijk werkers, maar de uitkomsten zouden een goede indruk geven van mogelijkheden bij startende gemeenschappen. Dit onderzoek is opgezet voor een kleine groep, maar zou nuttig kunnen zijn voor alle startende gemeenschappen. Er zijn conclusies getrokken die nuttig en leerzaam zijn voor andere gemeenschappen. Het onderzoek in deze scriptie is sterk gericht op gemeenschappen die zich bezighouden met de jongere generaties. We kunnen ons onder meer afvragen of er andere conclusies mogelijk zijn wanneer dit onderzoek breder getrokken zou worden. Een vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op een sterkere vertegenwoordiging van iedere denominatie en een uitbreiding naar meer generaties.

5.2.2. Identiteit

Interviews waren afgenomen aan de hand van een interviewschema dat thematisch van opzet was. Dit schema was gebaseerd op het literatuuronderzoek en de hoofd- en deelvragen. Al vroeg bij de eerste interviews werd duidelijk dat het thematisch niet helemaal compleet was. In de eerste instantie zijn de thema's identificeren, contacteren en verbinden opgenomen. Uiteindelijk bleek 'identiteit' een belangrijke thema te zijn dat in de interviews veelvuldig aan bod kwamen. Toen dit werd geconstateerd is er bij het interview schema aandacht aan besteedt door ook de focus op identiteit te leggen. Doordat dit thema later is opgenomen, was er bij de eerste interviews minder aandacht voor identiteit. Dit onderzoek zou beter zijn verlopen wanneer dit al was opgenomen, het kan daarom zijn dat dit invloed heeft gehad op de uitkomsten.

5.2.3. Observaties

In de eerste instantie was het de bedoeling dat er ook observaties gedaan zouden worden. Uiteindelijk bleek het wel mogelijk om bij activiteiten aanwezig te zijn, maar bleek het uitwerken hiervan omvangrijk te zijn en niet haalbaar. Het zou te veel tijd en energie kosten om dit volledig mee te nemen in dit onderzoek. Hierdoor is er besloten om dit niet uit te werken. Het is wel aan te bevelen om dit in een ander studie te onderzoeken, met name om te kijken of dit tot andere, dezelfde of aanvullende conclusies leidt.

5.3. Aanbevelingen

In het vorige hoofdstuk zijn conclusies geformuleerd, zoals aangegeven vormen deze conclusies ook de aanbevelingen voor Taizé in Amsterdam. In deze paragraaf worden aanbevelingen gegeven.

5.3.1. Begeleidingstrajecten

Dit eerste punt van aanbeveling is speciaal voor Taizé in Amsterdam. Ik adviseer gemeenschappen om in gesprek te gaan met elkaar. Veel gemeenschappen hebben hun

visie en missie niet heel concreet. Wie willen wij voor de ander zijn en wie is die ander? Men heeft vaak wel een beeld wie men wil zijn voor de ander en wie men wil bereiken. Maar het is niet scherp genoeg gedefinieerd. Hierdoor zijn activiteiten niet efficiënt en bereik je soms niemand. Ik zou, wanneer het mogelijk is, gemeenschappen aanbevelen om een begeleidingstraject te volgen. Soms kan het helpen om iemand van buitenaf in te huren die objectief de situatie kan overzien, feedback kan geven en van advies kan voorzien.

5.3.2. Intervisiegroepen

Naast een begeleidingstraject zou het werkers kunnen helpen wanneer zij door intervisiegroepen met elkaar kunnen spreken over de problemen die zij ervaren bij het uitvoeren van hun beroep. In sommige gevallen is zoiets al mogelijk, in andere gevallen niet. Het is aan kerken om hun werkers aan te moedigen om deel te nemen aan dit soort intervisiegroepen. Bij intervisiegesprekken krijg je andere verhalen te horen en is er ruimte om te bespreken waar de deelnemers zelf tegenaan lopen. Anders dan mijn eerste aanbeveling van begeleidingstrajecten, zijn intervisiegesprekken gericht op werkers die met elkaar in gesprek zijn. Bij intervisie worden ervaring, hoogtepunten en dieptepunten gedeeld en besproken. Een begeleider begeleidt het gesprek en bewaakt het proces.

Literatuur

Baarda, D., & Goede, M. 2001. *Basisboek methode en technieken*. Houten/ Groningen: Stenfert Kroese.

Becker, H. (1992). *Generaties en hun kansen*. Amsterdam: Meulenhof.

Bernts, T., & Berghuijs, J. 2016. *God in Nederland (1966-2015)*. Nijkerk: Ten Have.

Bevans, S. 2017 (2002 18e druk). *Models of the contextual theology*. New-York (USA): Orbis Books.

Bontekoning, A. 1997. *Generaties in organisaties*. Ridderkerk: Ridderprint.

Bontekoning, A. 2010. *Het Generatieraadsel*. Amsterdam: Mediawerf Uitgevers.

Borgman, E. 2015. *Waar blijft de kerk? Gedachten over opbouw in tijden van afbraak*. Baarn: Adveniat.

Van den Brink, G., & Van der Kooi, C. 2012. *Christelijke dogmatiek* (4e ed.). Zoetermeer: Uitgeverij Boekencentrum.

Centraal bureau statistieken. 2016. "Kerkelijke Gezindte of levensbeschouwelijke groepering, 2015". <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/51/helft-nederlanders-is-kerkelijk-of-religieus> Bezocht: 01-08-2018

Centraal bureau statistieken. 2015. "Religie en kerkbezoek naar gemeente, 2010-2014". <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2015/20/religie-en-kerkbezoek-naar-gemeente-2010-2014>) Bezocht 01-08-2019

Dijkstra, N., Stoppels, S. 2017. *Back to basics*. Utrecht: Boekencentrum.

Ganzevoort, R., & Visser, J. 2007. *Zorg voor het verhaal: Achtergrond, methode en inhoud van pastorale begeleiding* (2e ed.). Zoetermeer: Uitgeverij Meinema.

Gemeente Amsterdam. 2018. "Sociale helden". <https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/stadsdelen/stadsdeelwest/sociale-helden/> Bezocht: 10 mei 2018.

Gemeente Amsterdam. 2016. "Gebiedsanalyse 2016 Westerpark Stadsdeel West". https://www.ois.amsterdam.nl/pdf/2016_gebiedsanalyse_3.pdf Bezocht: 10 mei 2018.

Gemeente Amsterdam. 2016. "Jeugdwerkloosheid Amsterdam onder het gemiddelde". <https://www.ois.amsterdam.nl/nieuwsarchief/2016/jeugdwerkloosheid-amsterdam-onder-landelijk-gemiddelde> Bezocht: 23 mei 2018.

Gemeente Amsterdam. 2017. "Criminaliteitsbeeld". <https://www.amsterdam.nl/wonen-leefomgeving/veiligheid/veiligheid-cijfers/criminaliteitsbeeld/> Bezocht: 11 mei 2018.

- Hermes, J. 2007. *Leefwereld van jongeren*. Bussum: Coutinho.
- Molen van der, R. 2008. *Plant een kerk*. Amsterdam: Ark Media.
- Nullens, P., & Volgers, R. 2010. *Tussen 2 werelden; een kennismaking met christelijke theologie*. Almere: Coconut
- Osmer, R. 2008. *Practical Theology, an Introduction*. Cambridge: Wm. B. Eerdmans Publishing Co.
- Paas, S. 2015. *Vreemdeling en priester*. Utrecht: Boekencentrum
- Protestantse kerk in Nederland. 2018. "Voor beginners, een introductie voor pionieren". <http://lerenpionieren.nl/voor-beginners/> Bezocht: 6 juli 2018
- Roest de, H. 2005. *En de wind steekt op! Kleine ecclesiologie van de hoop*. Zoetermeer: Meinema
- Ruler van, A. 1971. *De kerk in een mondig noemende wereld*. Theologisch werk II Nijkerk.
- Spangenberg, F., Lampert, M. 2009. *De grenzeloze generaties*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam Uitgevers.
- Spangenberg, F., & Lampert, F. (2009). *De grenzeloze generatie en de eeuwige jeugd van hun opvoeders*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam.
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (4e ed.). Den Haag: Boom Lemma.

Bijlage 1: Interviewschema

Algemeen

1. Wie bent u? (Naam, functie, etc.)
2. Hoe oud bent u?
3. Hoe lang al werkzaam in dit vak/werkveld?

Identificeren van doelgroep

1. Hoe/waarom bent u begonnen met deze pioniersplek/gemeenschap?
2. Wat hebt u gedaan om jongeren uit de wijk/buurt in beeld te krijgen? (Doorvragen vereist)
3. Hoe zou u de doelgroep in uw wijk/buurt omschrijven?
4. In hoeverre maakt u een keuze wie u wilt bereiken met uw activiteiten? En hoe maakt u deze keuze?
5. Wanneer het gaat om jongvolwassenen en hun cultuur. Hoe speelt u in op de belevingswereld van deze doelgroep?
6. In hoeverre heeft de demografie van jullie wijk/omgeving invloed op jullie activiteiten en identiteit?
7. Wat is de rol van de omgeving?
8. Werkt u samen met andere organisaties in de omgeving?

Contacteren

1. Hoe probeert u de doelgroep te bereiken?
2. In de communicatie naar jullie doelgroep, in hoeverre houdt u rekening met bijvoorbeeld internet en social media zoals Facebook, Instagram, etc.
3. Wat heeft u gedaan om bekendheid te krijgen?
4. Wat is de rol van de lokale kerk?
5. Wie heeft u gecontacteerd en waarom?
6. Hoe profileer/presenteer u zich naar de buitenwereld/doelgroep

Verbinden

1. Wat is het doel van de gemeenschap en de activiteiten?
2. Jullie hebben contact gelegd met de doelgroep, uitgelegd wie jullie zijn en wat jullie doen, hoe zorgen jullie ervoor dat mensen komen en blijven?
3. In hoeverre speelt evangelisatie een rol?
4. Hoe zorg je ervoor dat mensen betrokken raken bij jullie activiteiten?

Identiteit

1. Waar staat jullie gemeenschap voor?
2. Wat zijn de kernwaarden?
3. Wat is de rol van het kernteam? Is het top/down of bottom/up?
4. Wat is de invloed van je eigen geschiedenis op dit werk?
5. Volgens Stoppels en Dijkstra hebben veel succesvolle missionaire plekken een goede kijk op hun eigen identiteit en een open en gastvrije houding richting nieuwkomers. Hoe zit dit bij jullie?

