

*In deze rubriek gaat het om verhalen over en/of reflecties op de ervaring met methodische, praktische, politieke, morele en wie weet esthetische problemen waar onderzoekers in de praktijk mee te maken krijgen. Redacteuren voor deze rubriek zijn Anneloes van Staa: a.van.staa@hro.nl en Willemijn Krebbekx: willemijnkrebbekx@gmail.com.*

## ‘Ow god, die snobs zien ons weer aan voor een levend laboratorium’

### Participatief internetonderzoek over/met Marokkaans-Nederlandse jongeren

Koen Leurs\*

*‘Ow god, die snobs zien ons weer aan voor een levend laboratorium.  
Ga jezelf een keer onderzoeken of zo! :-)  
Zoiets ooh wij van de universiteit gaan weer eens dingen onder een loep zetten  
want we hebben toch niets beters te doen. pff.’*

Deze reactie van gebruiker HaasHaas is geplaatst op de discussieforumwebsite [www.Maroc.nl](http://www.Maroc.nl), nadat ik een bericht over het internetonderzoeksproject Wired Up van de Universiteit Utrecht ([www.uu.nl/wiredup](http://www.uu.nl/wiredup)) postte. De uitspraak is illustratief voor een sterk gevoel van wantrouwen dat leeft onder de onderzochte doelgroep van Marokkaans-Nederlandse jongeren jegens onderzoek. Dat is niet geheel onbegrijpelijk, aangezien veel voorgaande studies over deze jongeren gefocust zijn op opvallend, problematisch of deviant gedrag, zoals criminaliteit en overlast, psychische gezondheidsproblematieken, islamitische radicalisering, scholingsachterstanden en werkloosheid. In tegenstelling tot eerder onderzoek heb ik me in mijn proefschrift gericht op alledaagse gender-, diaspora- en jeugdculturele identificatieprocessen van Marokkaans-Nederlandse jongeren (in de leeftijdscategorie van 12 tot 18 jaar). Omdat een groot deel van het leven van deze jongeren zich inmiddels digitaal afspeelt, heb ik in het bijzonder aandacht besteed aan de manieren waarop deze jongeren een plek in de wereld markeren door middel van het gebruik van internetplatformen (Leurs, 2012). Mijn veldwerk baseerde zich op drie methoden: vragenlijstonderzoek onder 1408 jongeren, interviews met 43 Marokkaans-Nederlandse jongeren en een virtuele etnografie van verschillende social-mediaplatformen.

\* Dr. Koen Leurs is gepromoveerd in gender studies en werkt als docent bij het departement Media en Cultuur aan de Universiteit Utrecht. E-mail: [k.h.a.leurs@uu.nl](mailto:k.h.a.leurs@uu.nl).

Tijdens het veldwerk liep ik tegen twee problemen aan die internetonderzoek met zich meebrengt. Allereerst bestaat er niet zoiets als één homogeen internet, in de praktijk omvat internetgebruik een veelvoud van verschillende platformen. Ten tweede zijn gesprekken die op internet gevoerd worden niet altijd publiekelijk toegankelijk. Gesprekken die gevoerd worden met behulp van bijvoorbeeld *instant messaging*-programma's als msn zijn enkel toegankelijk voor diegenen die deelnemen aan het gesprek. Er is dan ook weinig wetenschappelijk onderzoek gedaan naar dergelijke gesprekken.

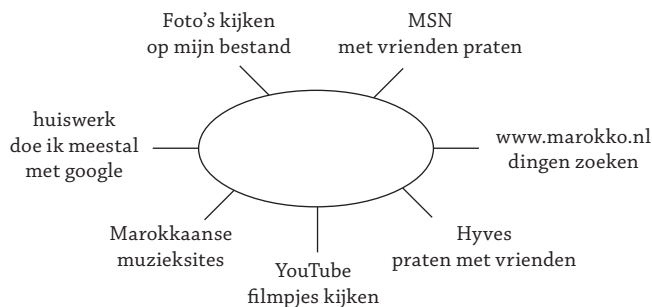
In dit artikel bespreek ik twee strategieën die ik heb toegepast om deze dilemma's het hoofd te bieden. Na een inleiding in de kwalitatieve benadering van internetgebruik beschrijf ik eerst hoe ik informanten gestimuleerd heb om hun digitale belevingswereld samen met mij te onderzoeken door hen hun diverse internetgebruik in kaart te laten brengen. Vervolgens bespreek ik hoe ik niet-publiek toegankelijke *online*-data verzameld heb door informanten privégesprekken aan te laten leveren. Deze strategieën heb ik bovendien ook gebruikt om de participatie van informanten binnen het onderzoek te stimuleren.

### **Uitdagingen voor kwalitatief veldwerk over internetgebruik onder jongeren**

Hoewel 2011 het twintigjarige bestaan van het *world wide web* markeerde en internetten een onlosmakelijk onderdeel is geworden van het dagelijks leven van miljoenen gebruikers, is er nog veel onduidelijkheid over de betekenis van internet in het leven van jongeren. Het kan dan ook worden gezien als een onderdeel van jeugdcultuur, waar ouders, docenten en onderzoekers het minst vanaf weten. In de literatuur over het internetgebruik van jongeren is er weinig bekend over het belang dat zij hechten aan bepaalde platformen en specifieke digitale teksten, muziek en video's. Ik stelde mijzelf als doel de volgende uitdagingen aan te gaan: hoe kan betekenisgeving aan internetgebruik vanuit het perspectief van jongeren worden onderzocht en hoe kan in het bijzonder het mediums specifieke karakter van verschillende internetplatformen daarbij in beschouwing genomen worden?

Het gebrek aan inzicht is deels te verklaren door de grote moeite die wetenschappers hebben om digitale teksten te verzamelen, selecteren, archiveren en analyseren, bijvoorbeeld vanwege het tijdelijke, gelinkte of gesloten karakter van veel internetplatformen. In de afgelopen jaren is onder de noemer van '*digital methods*', '*big data*' en '*cultural analytics*' een trend te herkennen binnen internetwetenschap, waarbij computerwetenschappers grote datasets downloaden en kwantitatief analyseren op patronen. Daarnaast is in plaats van interpretatief onderzoek waarin kinderen gevraagd wordt hun individuele internetgebruik te duiden vooral veel aandacht voor grootschalig, gestandaardiseerd onderzoek naar mediageletterdheid en de gevaren en kansen van internet.

Onderzoek naar jongeren wordt gedomineerd door kwantitatief georiënteerd ontwikkelingspsychologisch onderzoek, waarin de persoonlijke stem van informanten vaak niet wordt gehoord (Warshak, 2003). Eerder onderzoek naar internetgebruik onder jongeren richtte zich in meer algemene zin op de rol van de computer in het huishouden naast bijvoorbeeld de televisie en gameconsoles. Het

**Figuur 1: Geanonimiseerde internetkaart Soesie, 13 jaar**

internet wordt hierbij vaak begrepen als een homogeen medium. Andrea Press en Sonia Livingstone stellen dan ook dat mediums specifieke karakteristieken van applicaties onvoldoende onderzocht zijn: ‘much of this [media] research has yet to engage thoroughly with the internet qua medium (or, more correctly, a diverse bundle of information and communication technologies each with distinct possibilities for content)’ (2008: 191). De vraag rijst hoe betekenisgeving onder jongeren over verschillende platformen serieus in ogenschouw genomen kan worden. Hoe kunnen kwalitatieve onderzoekers jongeren benaderen als experts over hun eigen *online* gelaagde leven, handelingsvermogen, herinneringen, ervaringen en percepties?

### Internetkaarten: het uittekenen van digitale belevingswerelden

In mijn poging de internetgebruiksvoorkeuren van Marokkaans-Nederlandse jongeren te inventariseren heb ik informanten gevraagd hun digitale belevingswereld uit te tekenen. Figuur 1 toont een grafische voorstelling van het internet zoals het wordt ervaren door de 13-jarige Soesie. Achtereenvolgens benoemde ze ‘foto’s kijken op mijn bestand’, ‘msn met vrienden praten’, ‘www.marokko.nl dingen zoeken’, ‘Hyves praten met vrienden’, ‘YouTube filmpjes kijken’, ‘Marokkaanse muziek sites’ en ‘huiswerk, doe ik meestal met Google’. Aan het begin van elk diepte-interview werden informanten uitgenodigd om een dergelijke internetkaart te maken. In navolging van een voorbeeld van een internetkaart waarop mijn eigen gebruik uitgetekend was, die ik informanten liet zien, schreven informanten hun naam in het midden van een vel papier, omcirkelden ze deze en linkten ze hun naam vervolgens met verschillende internetapplicaties en handelingen. Achteraf bekeken was het wellicht beter geweest om informanten meerdere types internetkaarten te laten zien, om al te sterke sturing door een enkel voorbeeld te vermijden.

De gebruikte strategie is een voorbeeld van ‘*image-based concept mapping*’ of ‘*visual mind mapping*’ (Clark, Logan, Luckin, Mee & Oliver, 2009). Deze participatieve onderzoekstechniek wordt erkend als een constructieve manier om met name

jeugdige informanten te prikkelen mentale voorstellingen van bijvoorbeeld computer- en internetgebruik te externaliseren op papier. Dergelijke kaarten kunnen vervolgens worden onderzocht op basis van semiotiek (symbolische betekenisgeving), fenomenologie (ervaringen) en theorieën over netwerkvorming. In het bijzonder wordt deze techniek geprezen vanwege het mogelijk maken van exploratief onderzoek naar hoe internet en technologie gepercipieerd worden door kinderen en jongeren.

Het tekenen van de internetkaart hielp de informanten op papier na te denken over alledaags internetgebruik (Lobe, Livingstone, Olafsson & Simões, 2008: 10). Dit is belangrijk, aangezien gebruik maken van het internet een alledaagse handeling is waarop gebruikers doorgaans weinig reflecteren. Illustratief is de volgende uitspraak van Yethi (15 jaar):

[Het is] leuk om over internet te praten, [dat] doe ik normaal nooit op zo'n manier. Veel dingen doe je gewoon zo, [ik heb er] nog nooit zo over nagedacht, niet bij stilstaan waarom.'

Op eenzelfde manier stelt de 18-jarige Safae dat het maken van een kaart en het interview dat erop volgde haar deden nadenken over een onderdeel van haar leven waar ze doorgaans weinig over nadentk:

'Zo zet je ook... je denkt nooit na over wat doe ik nou op internet en nu zet het je wel aan het denken van: "Wat doe ik nou in hemelsnaam op internet iedere dag?"'

Ook assisteerde het maken van de kaart informanten in het ordenen van verschillende percepties van internet. Tijdens het bespreken van de kaart vult de 15-jarige Oussema hem af en toe mondeling aan:

'Oh, ik ben nog een ding vergeten, ja nu je het zegt. Klinkt een beetje nerd maar het is echt leuk, dat is narutoget.com, kent u dat? Een tekenfilm, het is over Ninja's, ja, het is echt boeiend voor mij.'

In plaats van het internet als een uniform geheel te bevragen, stimuleerde het maken van de internetkaarten de informanten te reflecteren op specifieke eigenschappen en ervaringen van verschillende platformen.

Naast het bieden van vruchtbare input merkte ik dat de techniek op drie aan elkaar gerelateerde manieren waardevol is geweest. Ten eerste biedt het maken van een internetkaart een gelegenheid tot het vormen van een band en het verkrijgen van vertrouwen. De informanten kregen immers meer zicht in mijn persoonlijke leven op basis van mijn omschrijving van mijn gebruik van de sites die ik in mijn voorbeeldkaart had opgenomen. Ook bood het informanten de gelegenheid om uit te testen wat ik als onderzoeker van digitale cultuur af wist. Nadat Oussema 'FPS games' (de afkorting voor *first person shooter games*) toevoegde, keek hij op van zijn papier, vroeg hij mij 'Weet u waar het voor staat?' en liet vervolgens een stilte vallen. Ik merkte duidelijk dat zijn bereidwilligheid om meer

van zichzelf bloot te geven, afhing van een blijk van voldoende achtergrondkennis mijnerzijds. Met het laten zien van mijn kennis ging ik echter strategisch om, aangezien dit in andere gevallen belemmerend kon werken, daar informanten ook het gevoel konden krijgen dat ik reeds op de hoogte was en eventuele toevoegingen niet op prijs stelde.

Sowieso streefde ik met de internetkaarten ernaar om informanten de indruk te geven dat hun input serieus werd genomen en dat ze gezien werden als experts over hun eigen belevingswereld. Het interview dat volgde op de gemaakte kaart werd volledig gestructureerd op basis van de websites aangedragen door de informanten. De reactie op het interview, in vergelijking tot de vragenlijst, die de 15-jarige Ryan geeft tijdens het maken van zijn internetkaart is veelzeggend. De vragenlijst maakte een andere indruk dan het interview:

‘Ik dacht dat het zo’n stomme enquête was of zo, een of andere shit-enquête dacht ik dan bij mijzelf ... maar nu komt er ineens een interview, dan weet ik dat het echt ineens heel serieus is.’

Het bevragen van dagelijks gebruik werd over het algemeen als iets positiefs ervaren. Zo zei de 13-jarige Ikram bijvoorbeeld: ‘Ik vond het wel leuk. Dat ik zeg maar kan vertellen over die sites en zo waar ik op ging.’ Aangezien internetgebruik aan continue verandering onderhevig is, is het voor onderzoekers moeilijk het digitale onderzoeksveld af te bakenen. De internetkaarten waren ten slotte uiterst waardevol, aangezien ze bruikbaar waren om op een weloverwogen manier mijn veldwerk te begrenzen. Forums, MSN Messenger, sociale netwerksites en YouTube waren de vier meest genoemde platformen en deze vier heb ik vervolgens geselecteerd om verder te onderzoeken.

### **Corpusbepaling: informanten leveren analyse materiaal**

Een aanvullende participatieve onderzoekstechniek die ik heb toegepast, is het laten bepalen van het corpus door de informanten. Dit heb ik deels gedaan omdat het een grote uitdaging is een keuze te maken in de immense hoeveelheid teksten, beelden, muziek en video’s die *online* te vinden is. Zo heb ik informanten gevraagd hun favoriete YouTube-filmpjes op de internetkaart toe te voegen en heb ik enkel die video’s geanalyseerd die informanten vermelden. Ook was dit noodzakelijk om toegang te krijgen tot afgesloten, niet-publieke ruimtes op het internet. In het geval van MSN Messenger is het onmogelijk voor onderzoekers om toegang te verkrijgen tot de gespreksgeschiedenis, aangezien deze niet centraal publiekelijk wordt opgeslagen. Gesprekken kunnen enkel door gebruikers zelf worden opgeslagen. Dit verklaart waarom relatief weinig onderzoek gedaan is naar de inhoud van deze vorm van communicatie. Tijdens mijn veldwerk heb ik daarom informanten gevraagd gedurende een periode van drie maanden (december 2009 tot en met februari 2010) gesprekken op te slaan op de harde schijf van hun computer.

In mijn uitnodiging benadrukte ik dat informanten vervolgens vijf gesprekken konden uitkiezen die ze geschikt vonden om met mij te delen. Ik benadrukte ook dat het niet uitmaakte waar de gesprekken over gingen of met wie ze gevoerd werden, enkel dat ze in ieder geval uit tien zinnen moesten bestaan. Ook werden informanten geïnstrueerd aan het begin van hun gesprek toestemming te vragen aan hun gesprekspartner. Uiteindelijk hebben zes informanten meegedaan aan deze fase van dataverzameling, wat resulteerde in 26 transcripten die ik geanalyseerd heb. Hoewel informanten natuurlijk gesprekken kozen die ze geschikt achtten om gelezen te worden door een onderzoeker, heeft deze strategie mij als onderzoeker een unieke inkijk geboden in de manier waarop gebruikers in deze privéruimte creatief omgaan met *nicknames*, divers taalgebruik en persoonlijke onderwerpen zoals liefde en seksualiteit. Afgaande op de wantrouwende houding die ik op *online*-discussieforums aantrof, ben ik ervan overtuigd dat deze manier van dataverzameling enkel succesvol is geweest doordat ik de informanten *offline* heb benaderd. De informanten die transcripten hebben aangeleverd, kenden mij allen van de vragenlijsten en vervolginterviews die ik op school en daarbuiten had afgenomen. Ook al vraagt het meer inzet van de onderzoeker, *online*-veldwerk heeft veel baat bij een *offline*-interactiecomponent, aangezien deze het vertrouwen en de bereidwilligheid om mee te werken kan vergroten.

## Besluit

In dit artikel heb ik inzicht gegeven in de complexe dynamiek van kwalitatieve dataverzameling onder en met Marokkaans-Nederlandse jongeren over hun internetgebruik. Het internet omvat een veelvoud van platformen en gebruikersmogelijkheden. Een aanzienlijk gedeelte van het internet is niet publiekelijk toegankelijk. Door gebruik te maken van participatieve onderzoeksstrategieën heb ik geprobeerd deze kwesties het hoofd te bieden. Allereerst besprak ik hoe informanten uitgenodigd werden kaarten te tekenen van hun internetgebruik, wat meer inzicht verschafte in het diverse karakter van het internet. Ten tweede besprak ik hoe informanten het corpus van mijn onderzoek bepaalden doordat hun gevraagd werd *online*-privégesprekken met mij te delen. Op deze manier werden informanten niet alleen serieus genomen als gezaghebbers over hun eigen ervaringen, maar ook gestimuleerd om medeonderzoekers van hun digitale belevingswereld te worden. De besproken aanpak kan echter enkel vruchten afwerpen als de informanten voordien *offline* benaderd zijn, je als onderzoeker zelf geen onwetende bent op het gebied van internet en je informanten ook een inkijk in jouw internetgebruik gunt. Deze aspecten zijn in de basis niet verschillend van *offline*-onderzoeksdynamieken, maar ze vragen wel om nieuwe strategieën. Dergelijke innovatieve benaderingen hebben een meerwaarde doordat ze de kloof tussen enerzijds jeugdige informanten en anderzijds wetenschappelijke onderzoekers kunnen overbruggen bij het bestuderen van digitale cultuur.

## Literatuur

- Clark, W., Logan, K., Luckin, R., Mee, A. & Oliver, M. (2009). Beyond web 2.0: mapping the technology landscapes of young learners. *Journal of Computer Assisted Learning*, 25, 55-69.
- Leurs, K. (2012). *Digital passages. Moroccan-Dutch youths performing diaspora, gender and youth cultural identities across digital space*. Dissertation Utrecht University. Retrieved from: <http://igitur-archive.library.uu.nl/dissertations/2012-0614-200543/UUindex.html>.
- Lobe, B., Livingstone, S., Olafsson, K. & Simões, J.A. (2008). *Best practice research guide: how to research children and online technologies in comparative perspective*. Deliverable D4.2. London: EU Kids Online.
- Press, A. & Livingstone, S. (2008). Taking audience research into the age of new media. Old problems and new challenges. In M. White & J. Schwoch (Eds.), *Questions of method in cultural studies* (pp. 175-200). Oxford: Blackwell.
- Warshak, R. (2003). Payoffs and pitfalls of listening to children. *Family Relations*, 52(4), 373-384.