



Samen op (onder)zoek

Participatieve methodieken voor geëngageerde
onderzoekers en praktijkwerkers

Liesbeth De Donder - Lieselot Degraeve
Bas Dikmans - Silke Marynissen



COLOFON

Samen op (onder)zoek: participatieve methodieken voor geëngageerde onderzoekers en praktijkwerkers

Liesbeth De Donder, Lieselot Degraeve, Bas Dikmans, Silke Marynissen (redactie)

Vrije Universiteit Brussel, Vakgroep Educatiewetenschappen

Brussel

ISBN 9789077130162

Eerste versie

@ 2025 Liesbeth De Donder, Lieselot Degraeve, Bas Dikmans, Silke Marynissen

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen zonder duidelijke bronvermelding. Overname van tekst is toegestaan mits de oorspronkelijke auteur(s) en titel expliciet worden vermeld, zowel van het boek als van het betreffende hoofdstuk. Het is niet toegestaan de inhoud te wijzigen of voor commerciële doeleinden te gebruiken zonder schriftelijke toestemming van de auteur(s).

Vormgeving: Lieselot Degraeve

Illustraties: Zoë Claessens

www.samenoponderzoek.be

Licentie

Samen op (onder)zoek: participatieve methodieken voor geëngageerde onderzoekers en praktijkwerkers © 2025 by Liesbeth De Donder, Lieselot Degraeve, Bas Dikmans, Silke Marynissen is licensed under CC BY-NC-ND 4.0. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

FOTO-ELICITATIE EN PHOTOVOICE

FREYA HÄUSSERMANN, CHARLOTTE VAN CAMPFORT

SAMENVATTING

Dit hoofdstuk belicht twee kwalitatieve onderzoeksmethodieken die werken met foto's in hun dataverzameling: foto-eliciteren en *photovoice*. Foto's kunnen tonen waar woorden soms te kort schieten: van emoties en herinneringen tot duidelijke handvaten om verandering na te streven. Hoe begin je daaraan? Eerst heb je een duidelijk idee nodig van het doel van je onderzoek: wil je de foto's gebruiken om een gesprek op gang te brengen of om diepere persoonlijke ervaringen en wereldbeelden zichtbaar te maken? Nadien kan je bepalen hoe je de beelden inzet, of jij ze meebrengt naar het gesprek of je de deelnemers van je onderzoek zelf foto's laat maken. In dit hoofdstuk lees je alles wat je moet weten over deze twee visuele onderzoeksmethodieken, waarin ze verschillen en hoe ze praktisch in hun werk gaan. Om de mogelijkheden en toepasbaarheid van deze onderzoeksmethoden in de praktijk te illustreren, presenteren we twee casussen: (1) foto-eliciteren in een onderzoek naar de invloed van de buurt op eenzaamheid in Vlaanderen en Brussel, en (2) *photovoice* in een projectaanvraag voor een onderzoek naar de relatie tussen de institutionele omgeving en relationele autonomie bij ouderen in woonzorgcentra.

1 INLEIDING

2 FOTO-ELICITATIE EN PHOTOVOICE: GELIJKAARDIG, MAAR TOCH VERSCHILLEND

3 PRAKTISCHE TOEPASSING: HOE GA JE TE WERK?

4 TOT SLOT

1. INLEIDING

Een beeld zegt meer dan duizend woorden, ook in onderzoek. Visuele onderzoeksmethoden geven mensen de kans om hun mening over hun leven of een situatie, een idee of project, hun gemeenschap of samenleving visueel te tonen, en om hun persoonlijke verhalen en ervaringen in een gesprek te delen. Wat we subjectief waarnemen en beleven via onze zintuigen of moeilijker onder woorden kunnen brengen, kan soms sprekender tot uiting komen in een beeld.

Werken met foto's in onderzoek kan helpen om diepere inzichten te verwerven in de context waarin mensen leven. Praten over foto's raakt een deelnemer vaak dieper omdat ze specifieke herinneringen aanwakken en rijkere beschrijvingen en gedetailleerde informatie kunnen oproepen. Sterker nog, beelden vormen een brug tussen de persoonlijke ervaring van deelnemers en de thema's in het onderzoek. Dat maakt het mogelijk om naast individuele verhalen ook gedeelde betekenissen en sociale dynamieken te identificeren (Pink, 2013). Zo worden zowel de sociale als de ruimtelijke dimensies van een onderwerp beter begrijpbaar.

Bovendien zorgen foto's ervoor dat deelnemers meer op hun gemak zijn en dat ze hun focus tijdens een gesprek makkelijker bewaren. De foto's kunnen na het interview ook worden gebruikt in de rapportage naar het bredere publiek. Zo kunnen ze bijvoorbeeld beleidsmakers beïnvloeden door een andere blik op de wereld te tonen.

2 FOTO-ELICITATIE EN PHOTOVOICE: GELIJKAARDIG, MAAR TOCH VERSCHILLEND

In dit deel leggen we uit wat foto-elicitering en photovoice juist inhouden en waarvoor ze worden gebruikt. In het derde deel lichten we toe hoe je de methodieken kan toepassen.

2.1 Foto-elicitering

Foto-elicitering is een techniek die wordt gebruikt om zowel persoonlijke ervaringen te onderzoeken, bijvoorbeeld eenzaamheid, als bredere inzichten in culturele onderwerpen, bijvoorbeeld tradities of rituelen, of sociale onderwerpen, bijvoorbeeld hoe technologische ontwikkelingen een invloed hebben op de samenleving.

Tijdens een foto-elicitering worden foto's gebruikt om bij de deelnemers bepaalde reacties uit te lokken, herinneringen op te halen, emoties los te maken, het gesprek op gang te trekken of om discussie te stimuleren (Richard & Lahman, 2015). We onderscheiden twee vormen van foto-elicitering:

- Bij *researcher generated* foto-elicitering neemt de onderzoeker zelf foto's mee naar het gesprek. We hebben op ons bureau een grote stapel foto's liggen die we gebruiken bij allerlei onderwerpen. Het zijn willekeurige foto's van een stadszicht, natuur, mensen, eten, kunst, dieren, voorwerpen, activiteiten, in verschillende kleuren en stijlen. De foto's kunnen zelfgemaakt zijn, maar ze kunnen ook uit bijvoorbeeld een tijdschrift komen. Wat belangrijk is, is dat het visuele materiaal het gesprek uitlokt, ondersteunt en de deelnemer prikkelt.
- Bij *participant generated* foto-elicitering maakt de deelnemer de foto's zelf en worden de foto's later in het interview besproken met de onderzoeker.

We pasten foto-elicitering toe in het FWO Strategisch Basisonderzoeksproject: A Lonely Planet? waar we

onderzoeken wat de invloed is van de buurt en de omgeving op eenzaamheid. In dat onderzoek vroegen we aan de deelnemers om drie foto's te maken die hun buurt typeerden en om drie foto's te maken op een moment waarop ze zich eenzaam voelden. Door samen met de deelnemers de foto's te bekijken en te bespreken, kregen we inzicht in zowel hun persoonlijke beleving van eenzaamheid en de buurt, als in de bredere invloed van de buurt op hun eenzaamheid. De foto's waren een visueel hulpmiddel om abstracte of moeilijk te verwoorden emoties, zoals eenzaamheid, bespreekbaar te maken. Deelnemers konden zo hun verhaal op een intuïtieve en persoonlijke manier delen, wat zorgde voor een rijkere en meer genuanceerde weergave van hun gevoelens en ervaringen. Deze methode bood een diepgaand begrip van hoe mensen eenzaamheid ervaren in verschillende contexten en hoe de buurt eenzaamheid beïnvloedt.

2.2 Photovoice

Photovoice gaat nog een stapje verder. Het is een participatieve onderzoeksmethode die de deelnemers in staat stelt aan de hand van foto's weer te geven hoe zij de samenleving of hun gemeenschap zien. Photovoice is een collectieve onderzoeksmethode waarbij foto's helpen om de behoeften van de gemeenschap te verkennen, aan te pakken en verandering in de gemeenschap te bepleiten door kritische dialoog (Budig et al., 2018).

Bij photovoice worden foto's gecombineerd met dialoog en verhalen in groepsdiscussies. De combinatie tussen foto's en groepsdiscussies helpt om de kijk op de wereld en ervaringen van deelnemers zichtbaar te maken voor onder meer beleidsmakers (Wang & Burris, 1997). Bovendien zorgen de foto's en de gesprekken voor sociale interacties, netwerken en verbondenheid in en tussen gemeenschappen (Budig et al., 2018).

Ronzi et al. (2016) onderzochten via photovoice hoe ouderen hun steden ervaren en welke bijdrage dat levert aan hun gezondheid. Het doel was om de visie van ouderen op de stad mee te kunnen nemen in besluitvormings- en planningsprocessen. Door het gebruik van photovoice, met op het einde een fototentoonstelling, kwamen de standpunten van ouderen onder de aandacht. Bovendien kwam er interactie tot stand tussen ouderen en belanghebbenden van de stad.

Een ander voorbeeld is het onderzoek van Budig et al. (2018). Zij onderzochten via photovoice wat vrouwen vonden van de lokale voedselomgeving in een district met lage inkomens in Madrid. De studie beschrijft hoe na het photovoiceproject verschillende acties werden georganiseerd: twee vrouwen werden lid van de oudervereniging van de lokale middelbare school om hun actieve rol in de gemeenschap te behouden, sommige deelnemers wilden het initiatief om wekelijkse samenkomsten te organiseren blijven trekken, en vier vrouwen stelden een lokaal radioprogramma samen om het photovoiceproject op een alternatieve manier verder te zetten. Die acties tonen aan hoe deelnemers in contact kwamen met zorgverleners en lokale beleidsmakers waar ze eerder moeilijk tot geen toegang toe hadden. Die momenten toonden de deelnemers dat ze niet alleen zijn in hun ervaring en boden de mogelijkheid om geëngageerd te blijven en zich in het openbaar te positioneren; en dat maakt een verschil.

2.3 Keuzestress: voor welke methodiek kies je?

Foto-elicitering en photovoice zijn dus twee methoden die gebruik maken van foto's, elk met verschillende toepassingen in de praktijk en met verschillende doelen. De keuze tussen photovoice of foto-elicitering

hangt voornamelijk af van het onderzoeksdoel.

- **Foto-elicatie** is een goede methode om in een face-to-face-interview de ervaringen van de deelnemer te verkennen en beter te begrijpen. Het is gepast voor eerder gevoelige onderwerpen, waarbij het niet makkelijk is om ervaringen in woorden om te zetten, of voor onderwerpen waarvan mensen zich niet bewust zijn.
- **Photovoice** wordt toegepast om expliciet empowerment en verandering teweeg te brengen in gemeenschappen. Centraal staat het groepsproces waar deelnemers via groepsdiscussies elkaar bekrachtigen en waardoor zowel kennis en vaardigheden worden versterkt als richting concrete verandering wordt gewerkt. Photovoice gaat dus nog een stapje verder dan foto-elicatie richting actie en een gezamenlijke boodschap die de groep naar voren wil schuiven.

3. PRAKTISCHE TOEPASSING: HOE GA JE TE WERK?

Als visuele participatieve methoden is het voor beide technieken belangrijk rekening te houden met enkele zaken:

- Er kunnen drempels zijn voor deelnemers, bijvoorbeeld voor mensen die geen fototoestel of smartphone hebben.
- Er zijn enkele ethische uitdagingen, zoals toestemming van al wie op de foto's verschijnt.
- De machtsdynamiek tussen onderzoekers en deelnemers moet gebalanceerd zijn. Bijvoorbeeld: wiens stem neem je echt bij de photovoicetechniek, en komt iedereen genoeg aan bod (Ronzi et al., 2016)?

3.1 Casus foto-elicatie: eenzaamheid verkennen

Deze casus toont hoe we foto-elicatie toepasten in een onderzoek naar eenzaamheid in Vlaanderen en Brussel in kader van het onderzoeksproject A Lonely Planet. Het onderzoek had als doel te begrijpen hoe de buurt eenzaamheid beïnvloedt bij volwassenen. De onderzoeksvragen waren: (1) hoe wordt de buurt ervaren? (2) Hoe wordt eenzaamheid ervaren? (3) Welke rol heeft de buurt bij eenzaamheid? We kozen voor foto-elicatie omdat het de mogelijkheid biedt aan de deelnemers om zelf foto's te maken die hun persoonlijke betekenissen van de buurt en eenzaamheid uitdrukken.

3.1.1 Voorbereiding: wie zijn de deelnemers en hoe stoom je ze klaar?

Na de ethische goedkeuring voor het onderzoek begonnen we met de werving van deelnemers. Als eerste stap werd een deelnemersprofiel opgesteld om een diverse groep mensen aan te spreken. Daarbij hielden we rekening met verschillende factoren, zoals wonen in stedelijke of rurale buurten in Vlaanderen en Brussel, geslacht, leeftijdscategorieën en migratieachtergrond. Om een breed publiek te bereiken, plaatsten we een oproep via sociale media. Daarnaast werkten we samen met professionals die in buurten rond het thema eenzaamheid werken. Die aanpak hielp om een divers scala aan deelnemers te bereiken die eenzaamheid ervaren. 32 mensen tussen 22 en 80 jaar namen deel aan de studie.

3.1.2 Foto's trekken

Elke deelnemer werd bij het ondertekenen van de geïnformeerde toestemming gevraagd om voorafgaand aan het interview drie foto's te maken die hun buurt typeren en drie foto's op een moment waarop ze zich eenzaam voelen. Deelnemers zonder smartphone of camera konden een apparaat gebruiken van ons. Een deelnemer ging in op dat aanbod en kreeg een digitaal fototoestel. Als deelnemers zelf geen foto's konden

maken, bijvoorbeeld door fysieke beperkingen, of als ze het niet zelf wilden doen, gaven zij ons instructies over welke foto's we moesten maken, wat we uiteindelijk voor twee deelnemers deden. Vervolgens stuurden de deelnemers hun foto's naar ons. Bij twee deelnemers die geen smartphone hadden of niet goed wisten hoe ze de foto's konden doorsturen, gingen we langs om te helpen of om het digitaal fototoestel op te halen. We drukten dan de foto's af en namen ze mee naar het interview.

3.1.3 De foto-eliciterende-interviews en analyse

De interviews vonden plaats op een door de deelnemer gekozen locatie, meestal thuis. Eén deelnemer koos ervoor om het interview te doen in een rustige koffiebar. We namen de interviews zoveel mogelijk individueel af aan de hand van een vooraf opgestelde topiclijst. Er was één deelnemer die wou dat de partner ook aanwezig was tijdens het interview. Die wens hebben we gerespecteerd. Het interview begon met open vragen over de buurt, waarna de foto's werden besproken. De twee vaste vragen bij elke foto waren: 'Wat is er precies te zien op de foto?' en 'Waarom heb je deze foto getrokken?' De foto's dienden als stimulans om dieper in te gaan op reflecties over de buurt en eenzaamheid.

De visuele component van de data leverde daarbij rijke inzichten op die waarschijnlijk niet naar boven waren gekomen in gewone interviews. Voor de opdracht om foto's te maken op momenten van eenzaamheid, maakten veel deelnemers foto's van tafels waar ze tijd doorbrachten in huis. De foto's weerspiegelden het gevoel van alleen en eenzaam thuis zijn. Aanvullend op wat de foto weergaf, werd tijdens het interview het idee van 'muren die op je afkomen' benoemd (zie foto's 1 en 2).

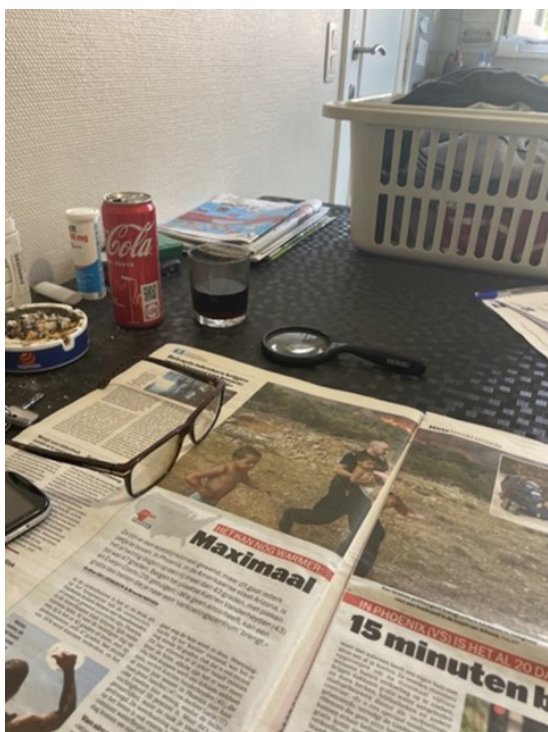


Foto 1. 'Foto wanneer je eenzaam bent' van Alfons, 74 jaar

"... hier elke dag alleen zitten, **die muur gaat niets zeggen hé** [wijst naar de muur]. En daar zijn het maar kasten [kijkt naar de andere kant]. En het enige wat ik nog kan doen is naar buiten kijken door het venster of er iemand passeert."

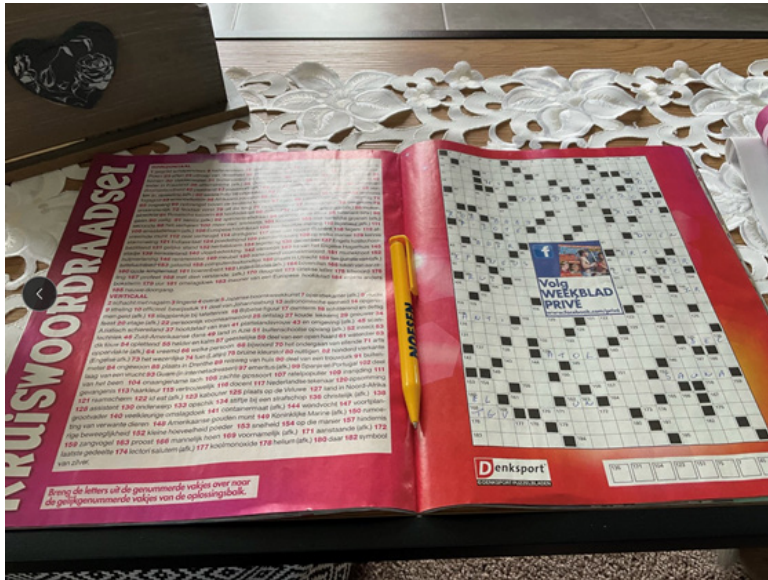


Foto 2. 'Foto wanneer je eenzaam bent' van Rosa, 65 jaar

“... [stilte] ... dat [eenzaamheid] is ook dikwijls moeilijk voor uit te leggen dat je hier zit (...) **het gevoel hebben dat de muren naar je komen.** Anders is dit hier maar zitten en je loopt toch wel de muren op! **Het is toch beter dat je je met iets bezighoudt.**”

Verder namen deelnemers foto's van objecten die hun activiteiten weergeven wanneer ze zich eenzaam voelen. Volgens de deelnemers hielpen deze objecten om de gedachte aan eenzaamheid af te leiden (foto 1, foto 2, foto 3 en foto 4).



Foto 3. 'Foto wanneer je eenzaam bent' van Marie, 78 jaar

“Wat moet ik nu weer doen? Wat zit ik hier? De grote vraag is wat zit ik hier nog te doen? (...) Dan denk ik ja **verzet uw zinnen, want ge gaat er zot van worden.** En dan is het inderdaad je begint met ‘patience’, maar ja, dat is ook zo’n idioot spelletje. Dat duurde ook niet lang en je zit daar naar de tijd te kijken.”



Foto 4. 'Foto wanneer je eenzaam bent' van Merel, 69 jaar

“Ja, hij [handwerk] ligt daar hé. Soms werk ik eraan (...) en op dat ogenblik, dus als ik zou zeggen: ik voel mij een beetje eenzaam. **Je moet daar [met het handwerk] zo geconcentreerd mee bezig zijn dat je dat gevoel [eenzaamheid] vergeet.**”

Tot slot namen verschillende mensen foto's van klokken. De klok werd gezien als een symbool van de tijd die traag gaat als je eenzaam bent. Er werd ook een klokradio gefotografeerd. Een deelnemer vertelde erbij dat het geluid kan helpen bij eenzaamheid, omdat je nog iets hoort en daardoor niet het gevoel hebt dat je alleen zit.



Foto 5. 'Foto wanneer je eenzaam bent' van Evi, 70 jaar

“Maar soms word dat ook wel een beetje te veel. Die stilte. En dan zet ik de [klok] radio aan om muziek te **horen** en om andere mensen te horen praten **dat ik niet gevoel heb van ik zit hier alleen.**”



Foto 6. 'Foto wanneer je eenzaam bent' van Robert, 71 jaar

“Dat is een klok. **Voelt eenzaam, als je nergens naar toe moet gaan in een dag.** Ik denk, ik heb een rustig dag en dan zit je daar en **dan zie je dat die klok niet vooruitgaat precies (...).** Ja, dan wordt dat wel eenzaam omdat die klok niet vooruitgaat.”



Foto 7. 'Foto wanneer je eenzaam bent' van Marie, 78 jaar

“Ja, **dat is eenzaamheid, eindeloos. Eindeloze tijd** hè? Die gaat niet vooruit, die blijft hangen (...). Honderd keren kijk je dan naar de klok. Oh, het is nog maar 2.30u. Oh, Het is nog maar, het is nog 2.50u. (...) dan maar wat staren naar een plafond. En dan ween je zo'n beetje hé. Als je een beetje weent, dan gaat de tijd ook vooruit (...) Op een duur werd ik kwaad op mezelf, dat ik zei: 'Alstublieft, stopt ermee!'. Ja, want je zinkt weg, hè? Je zinkt helemaal weg, hè? Daar ben ik echt wel heel bang voor.”

3.1.4 Bevindingen delen

De foto's waren niet alleen belangrijk om diepgaande inzichten te verzamelen, maar ook om de resultaten te delen. Zo gebruikten we de foto's op academische congressen en op een studiedag voor professionals die werken rond zorgzame buurten. Door de ervaringen van de deelnemers van dit onderzoek te visualiseren, vonden we een manier om de complexiteit van eenzaamheid op een begrijpelijke manier te tonen aan externen.

3.1.5 Conclusie

Deze casus toont de effectiviteit van foto-elicitering bij het verkennen van complexe en gevoelige thema's zoals eenzaamheid. De methode gaf deelnemers de ruimte om hun ervaringen en emoties op een genuanceerde en persoonlijke manier te delen, wat waardevolle inzichten opleverde in hun leefwereld en in hoe ze eenzaamheid zelf ervaren.

3.2 Casus photovoice: autonomie in het woonzorgcentrum

In deze casus bespreken we hoe photovoice als participatieve onderzoeksmethode werd voorgesteld in een projectaanvraag voor een onderzoek naar de relatie tussen de institutionele omgeving en relationele autonomie van ouderen in woonzorgcentra.

Het onderzoek zou worden uitgevoerd in samenwerking met twee woonzorgcentra in Vlaanderen of Brussel. Het doel is om bewoners een stem te geven over de organisatie van hun woonplaats. We wilden photovoice toepassen om twee redenen: (a) luisteren naar hoe de bewoners hun leefomgeving ervaren in functie van hun autonomie, en (b) om bewoners eigenaarschap te geven om concrete verbeterpunten te formuleren die de omgeving kunnen verbeteren in het voordeel van hun autonomie. We werden daarbij geïnspireerd door het fotoproject van Velasco et al. (2014) over dakloze kinderen in Bolivia, een artikel dat echt de moeite waard is om te lezen.

3.2.1 Voorbereiding: wie zijn de deelnemers en hoe stoom je ze klaar?

We mikken op acht bewoners per woonzorgcentrum, dus zestien in totaal. In een eerste bijeenkomst krijgen de bewoners uitleg over het onderzoeksthema en de algemene onderzoeksvraag. We leren elkaar kennen en we verkennen wat zij uit dit onderzoek willen halen. Daarnaast krijgen ze een workshop over basisfotografie en ethische kwesties zoals toestemming, privacy, verantwoord beeldgebruik en het belang van toestemming vragen van bewoners of medewerkers die op hun foto's zouden staan. Tot slot bespreken we het idee van een tentoonstelling waar ze hun foto's en boodschappen kunnen tonen.

3.2.2 Foto's trekken

'Welke omgevingsfactoren zijn belangrijk om autonomie te ervaren in het woonzorgcentrum?' Dat is onze hoofdonderzoeksvraag. De bewoners krijgen een tweeledige opdracht. De eerste opdracht luidt: 'Trek foto's over wat jullie belangrijk/fijn/waardevol vinden in jullie woonomgeving'. Dat kunnen zowel fysieke als sociale aspecten zijn, bijvoorbeeld foto's van ruimtes, activiteiten of mensen, binnen en buiten. De tweede opdracht is: 'Trek foto's van momenten waarop jullie zich helemaal (niet) autonoom voelen'. Het doel is om inzicht te krijgen in die aspecten van het leven in het woonzorgcentrum die bijdragen aan of afbreuk doen aan hun gevoel van autonomie. Na de fotoweek leveren de bewoners hun camera's in en zullen de foto's worden ontwikkeld en geprint door het onderzoeksteam.

3.2.3 Foto's in groep samen bespreken

In een volgende stap zullen de bewoners samenkomen in een focusgroep om hun foto's te bespreken. De in kleur afgedrukte foto's worden tentoongesteld aan de groep. De focusgroep bestaat uit twee fasen. In het eerste uur zal elke deelnemer de eigen foto's bekijken en nummeren. We zullen hen vragen om drie foto's te kiezen die voor hen het belangrijkste zijn voor hun autonomie en om het verhaal erachter te delen. Welke boodschap willen zij tonen aan de anderen? Welke boodschap vinden zij belangrijk om mee te geven?

De discussie van foto's kan ondersteund worden door verschillende methodes waarbij vragen worden gesteld om (a) dieper inzicht te krijgen in structurele problemen en (b) de acties te begrijpen die worden ondernomen om verandering teweeg te brengen. In deze casus pasten we de SHOWED-methode toe (Deborah & Maynes, 2024). Die methode biedt zes vragen die je bij elke foto stelt.

1. Wat zie je hier?
2. Wat gebeurt er werkelijk?
3. Hoe beïnvloedt dit jouw dagelijks leven?
4. Waarom gebeuren zaken op deze manier?
5. Welke boodschap geeft deze foto mee?
6. Wat zou hieraan moeten gebeuren?

De SHOWED-methode helpt de deelnemers om hun ervaringen te verwoorden en om onderliggende thema's te bepalen. De deelnemers zullen tot slot uit alle foto's samen zestien foto's kiezen voor de fototentoonstelling. In die fase zal het onderzoeksteam ook getuigenissen en commentaren verzamelen om bij de foto's te voegen tijdens de tentoonstelling.

3.2.4 Analyse

De analyse van photovoice (en foto-elicitering)-onderzoek bevat vaak een combinatie van klassieke thematische of narratieve analyse van de gesprekken of interviews, aangevuld met de analyse van de visuele data zoals foto's (Nykiforuk et al., 2011). Die combinatie zorgt ervoor dat verschillende inzichten binnen worden gebracht in het onderzoek. In deze casus zouden we dan ook de data analyseren aan de hand van een visueel-narratieve analyse. Daarbij gaan onderzoekers niet enkel het verhaal vertellen, maar ook het verhaal tonen (Riessman, 2008; Rose, 2022).

De eerste stap bij een visueel-narratieve analyse is de visuele inhoud van de foto's analyseren. We kijken naar de compositie, de onderwerpen en objecten, symbolen en eventuele omgevingselementen. Zo kan het bijvoorbeeld dat een deelnemer een foto maakt van de eetzaal tijdens de middagmaaltijd. Een onderzoeker zou kunnen opmerken hoe één bewoonster alleen in de hoek zit, met haar rug naar de rest van de eetzaal terwijl aan alle andere tafeltjes vier bewoners zitten.

Wanneer elke foto in kaart is gebracht, worden in een tweede stap de tekstuele gegevens geanalyseerd, aangezien we over elke foto in gesprek gaan met degene die de foto maakt. We koppelen dan het bijhorende fragment aan de foto en analyseren enkel dat fragment dat over de foto gaat.

3.2.5 Bevindingen delen

De foto's en de verhalen worden tentoongesteld in de twee woonzorgcentra. Participanten, bewoners, familieleden, het personeel, beleidsmakers en mensen uit de buurt kunnen de opening van de tentoonstel-

ling bijwonen. Elke foto zal voorzien zijn van een getuigenis van de deelnemer. Zo kunnen de belangrijkste zorgen en suggesties voor verbetering worden belicht. De tentoonstelling is zo een manier om de bredere gemeenschap te betrekken en om te tonen hoe het leven is in een woonzorgcentrum door de ogen van de bewoners. Dat kan leiden tot concrete veranderingen in de woonzorgcentra, bijvoorbeeld verbeteringen aan de gemeenschappelijke ruimtes en nieuwe initiatieven voor sociale activiteiten.

De keuze voor deze methode vloeit voort uit de mogelijkheid om de stem van de bewoners zoveel mogelijk te belichten. De deelnemers zouden namelijk zelf beslissen wat ze fotograferen en hoe, welke foto's worden weergegeven, in welke volgorde en welke informatie erover wordt gedeeld (Velasco et al., 2014). De focus ligt op de individuele én collectieve belevingen van bewoners over de leefomgeving van een woonzorgcentrum.

3.4 Conclusie

Deze casus laat zien hoe we photovoice kunnen gebruiken om ouderen in woonzorgcentra aan het woord te laten over hun leefomgeving en autonomie. Door bewoners in staat te stellen hun dagelijkse ervaringen te documenteren en te bespreken, verwachten we dat het project waardevolle inzichten oplevert over de factoren die hun relationele autonomie beïnvloeden. Bovendien zou het gebruik van photovoice in deze context niet alleen de betrokkenheid van bewoners bevorderen, maar ook het bewustzijn van het personeel en hun familieleden en de bereidheid van beleidsmakers om verbeteringen door te voeren die rechtstreeks aansluiten bij de interesses en ideeën van de bewoners.

4. TOT SLOT

Foto-elicitering en photovoice als participatieve onderzoeksmethoden stellen deelnemers in staat om hun persoonlijke ervaringen te uiten en bieden onderzoekers een dieper inzicht in sociale realiteiten die vaak onuitgesproken blijven bij traditionele kwalitatieve onderzoeksmethoden.

Door deelnemers actief te betrekken, bevorderen deze methodieken een gevoel van eigenaarschap en empowerment, wat ze bijzonder geschikt maakt voor onderzoek dat gericht is op sociale verandering. Of ze nu worden ingezet om de stem van bepaalde groepen te versterken of om een dieper inzicht te verkrijgen in persoonlijke en collectieve ervaringen, foto-elicitering en photovoice zijn veelzijdige en invloedrijke methoden in kwalitatief onderzoek.

REFERENTIES

Budig, K., Diez, J., Conde, P., Sastre, M., Hernán, M., & Franco, M. (2018). Photovoice and empowerment: Evaluating the transformative potential of a participatory action research project. *BMC Public Health*, 18(1), 432. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5335-7>

Deborah, Y. & Maynes, N. (2024). Phenomenological Research Enrichment Using Photovoice and SHOWED Documentation. *Journal of Studies in Education*, 14(4), 80. <https://doi.org/10.5296/jse.v14i4.22240>

Nykiforuk, C. I. J., Vallianatos, H., & Nieuwendyk, L. M. (2011). Photovoice as a Method for Revealing Com-

munity Perceptions of the Built and Social Environment. *International Journal of Qualitative Methods*, 10(2), 103-124. <https://doi.org/10.1177/160940691101000201>

Richard V. M. & Lahman M. K. E. (2015). Photo-elicitation: Reflexivity on method, analysis, and graphic portraits. *International Journal of Research and Method in Education*, 38(1), 3-22. <https://doi.org/10.1080/1743727x.2013.843073>

Riessman, C.K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. SAGE Publications, Inc.

Ronzi, S., Pope, D., Orton, L., & Bruce, N. (2016). Using photovoice methods to explore older people's perceptions of respect and social inclusion in cities: Opportunities, challenges and solutions. *SSM - Population Health*, 2, 732-745. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2016.09.004>

Rose, G. (2022). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (5th ed.). SAGE Publications, Ltd.

Velasco, M. L., Berckmans, I., O'Driscoll, J. V., & Loots, G. (2014). A visual narrative research on photographs taken by children living on the street in the city of La Paz – Bolivia. *Children and Youth Services Review*, 42, 136-146. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2014.04.006>

Wang, C., & Burris, M. A. (1997). Photovoice: Concept, Methodology, and Use for Participatory Needs Assessment. *Health Education & Behavior*, 24(3), 369-387. <https://doi.org/10.1177/109019819702400309>